
KERAMIKKAA SUVI HEINILÄ

Yritystoiminnan alkulähteillä



Ammattikorkeakoulun opinnäytetyö

Muotoilun koulutusohjelma

Visamäki, kevät 2013

Suvi Heinilä



VISAMÄKI

Muotoilun koulutusohjelma

Lasi ja keramiikka

Tekijä

Suvi Heinilä

Vuosi 2013**Työn nimi**

Keramiikkaa Suvi Heinilä - Yritystoiminnan alkulähteillä

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyön aiheena on oman keramiikka-alan yritystoiminnan suunnittelu. Työn tavoitteena oli määritellä yritystoiminnan sisältöä ja tuotteita sen perustamista varten. Työhön sisältyi yrityksen laadun määrittely, olemassa olevien tuotteiden tarkastelua sekä kotimaisen piensarjatuotetun käyttökeramiikan markkinatilanteen selvitystä. Opinnäytetyössä hyödynnettiin jo olemassa olevista tuotteista saatua kokemuseräistä tietoa, sekä Hämeen ammattikorkeakoulussa suoritettuja starttihautomo-opintoja.

Yritystoiminnan sisältöä suunniteltiin liiketoimintasuunnitelman avulla, jota laadittiin opinnäytetyön kanssa rinnakkain starttihautomossa. Olemassa olevia tuotteita analysoitiin sekä pohdittiin niiden tuotekehityksen tarvetta. Tuotteisiin liittyvää tietoa saatiin myös keväällä 2013 pidetystä Kat-tailien-myyntinäyttelystä. Näyttely toimi tuotteiden markkinatunnusteluna, jonka avulla saatiin tietoa tuotteiden herättämästä kiinnostuksesta. Kotimaisen piensarjatuotetun käyttökeramiikan markkinatilannetta tutkittiin kyselyn, haastattelun ja havainnoinnin avulla, joilla selvitettiin minkälaista käyttökeramiikkaa on tällä hetkellä saatavilla ja minkälaisia puutteita tarjonnasta löytyy. Lisäksi keramiikan kysynnän tilannetta selvitettiin myymälöiden näkökulmasta. Tutkimuksen avulla saatiin käsitys myös siitä, mihin yritys sijoittuu keramiikan kentällä ja mitkä ovat sopivia jälleenmyyntikanavia yrityksen tuotteille.

Työn tuloksena syntyi suunnitelma tulevan yritystoiminnan sisällöstä. Opinnäytetyön pohjalta määriteltiin yrityksen uusien tuotteiden suunnittelun tarve sekä annettiin tulevalle tuotesuunnittelulle suuntaviivat. Opinnäytetyöprosessi antoi käsityksen tulevan yrityksen toiminnasta ja työ toimii yrityksen perustamisen lähtökohtana.

Avainsanat Keramiikka, laatu, yritystoiminta, piensarjatuotanto**Sivut**

57 s. + liitteet 8 s.

VISAMÄKI

Degree Programme in Design

Glass and Ceramics

Author

Suvi Heinilä

Year 2013

Subject of Bachelor's thesis

Keramiikkaa Suvi Heinilä - At the fountain-heads of a business

ABSTRACT

The subject of the thesis was to plan business activities for the ceramics sector. The aim was to define the business content and products for its establishment. The work included defining the quality of business, the review of existing products, as well as studying the market situation of the domestic household pottery in small series production. The study made use of the empirical data derived from already existing products and the business incubator studies carried out at HAMK University of Applied Sciences.

The enterprise content was designed by using a business plan, which was drawn up in parallel with the thesis in the start-up incubator. Existing products were analyzed and their need for product development was discussed. Product-related information was also obtained from the Kattaillen sales exhibition that was held in the spring of 2013. The exhibition was exploring the market for the products and collected information on the interest raised on the products. The market for domestic small series household pottery was examined through a questionnaire, interview and observation to find out what kind of household pottery is currently available and what types of defects can be found in the supply. In addition the demand situation was studied from the shops' point of view. The study also provided an idea of where the company located in the field of ceramics and what are the appropriate distribution channels for the company's products.

The result was a plan for the future business and its content. On the basis of the thesis the company's needs for planning new products were defined and the provision of guidelines for future product design. The thesis process gave insight into the future activities of the company and the work gave the foundation for the establishment of the company.

Keywords Ceramics, quality, business, small series production

Pages 57 p. + appendices 8 p.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
1.1	Kysymyksenasettelu.....	1
1.2	Menetelmät.....	1
1.3	Rajaus.....	2
1.4	Viitekehys.....	3
1.5	Prosessikaavio	4
2	YRITYS.....	5
2.1	Arvot.....	5
2.2	Tuotteet ja tuotanto.....	5
2.3	Kohderyhmä ja asiakkaat	10
2.4	Tyylilliset kilpailijat	10
2.4.1	Anna Matinlauri.....	11
2.4.2	Oiceramics - Sami Oikarinen	11
2.4.3	Johanna Ojanen	12
2.5	Myynti ja markkinointi.....	13
2.6	Visuaalinen ilme ja graafinen aineisto	13
2.7	SWOT-analyysi	16
3	YRITYKSEN LAATUAJATTELU	17
3.1	Laatutavoitteet ja tuotteiden laatukriteerit.....	18
3.2	Laadulliset innoittajat	22
4	OLEMASSA OLEVAT TUOTTEET	23
4.1	Happy happy kidney bowl -tarjoiluastia	23
4.2	Saippua-alusta	25
4.3	Pallopullo-säilytin	27
4.4	Terho-säilytyspurkki	29
4.5	Kynttilänjalat.....	31
4.6	T-setti	32
4.7	Koppis-kulho	34
5	KATTAILLEN-NÄYTTELY	36
5.1	Näyttelyyn hakeminen.....	37
5.2	Näyttelytuotteiden saatavuus ja pop up -myymälät	38
5.3	Arviointi ja johtopäätökset	39
6	KOTIMAINEN PIENSARJATUOTETTU KÄYTTÖKERAMIikka	41
6.1	Kysely.....	43
6.2	Haastattelu.....	43
6.3	Havainnointi	43
6.4	Aineiston analysointi.....	43
6.5	Design-myymälät	44
6.6	Sisustusliikkeet.....	44
6.7	Taito Shopit ja muut käsityömyymälät	45

6.8	Osuuskuntien ja vastaavien ryhmien käsityömyymälät	45
6.9	Johtopäätökset	46
7	UUSIEN TUOTTEIDEN SUUNNITTELUN SUUNTAVIIVAT	49
8	ARVIOINTI JA POHDINTA.....	51
	LÄHTEET	54
Liite 1	Kyselyn ja haastattelun vastaukset	
Liite 2	Havainnointi	

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön aiheena on tulevan keramiikka-alan yritystoiminnan suunnittelu. Oman keramiikka-alan yrityksen perustamisen tarkoitus on itsensä työllistäminen opiskelusta hankittua taitotietoa hyödyntäen. Idea yrityksen perustamisesta on kehittynyt hiljalleen vuosien varrella. Toiminta keramiikan parissa on muuttunut vähitellen kohti yrittäjämäistä toimintaa. Opiskelujen aikainen omien myyntituotteiden suunnittelu- ja kehitystyö on innoittanut pohtimaan yrittäjyyden mahdollisuuksia ja etuja. Yrityksen perustaminen tulee tekemään toiminnasta virallista, minkä myötä tuotteiden myyminen on helpompaa. Ideaa on vauhdittanut Hämeen ammattikorkeakoulun starttihakemossa suoritettavat opinnot sekä osallistuminen keväällä 2013 pidettävään Kattailen-myyntinäyttelyyn. Yrityksen perustamisajan kohta sijoittuu lähitulevaisuuteen valmistumisen jälkeen.

Opinnäytetyön tavoitteena on luoda vankka perusta, jonka päälle yritys voidaan rakentaa. Työssä tehdään pohjatyö yritystoiminnan aloittamista varten, ja siinä hyödynnetään sekä kokemuseräistä että uutta hankittua tietoa. Yritystoiminnan aloittaminen edellyttää huolellista suunnittelua. Opinnäytetyöprosessi (kuvio 2.) koostuu näistä suunnittelutyöhön liittyvistä osioista, joista muodostuu opinnäytetyön tulos; suunnitelma tulevasta yritystoiminnasta.

1.1 Kysymyksenasettelu

Opinnäytetyön ydinkysymys on:

- Minkälainen on tuleva keramiikka-alan yritykseni?

Tarkentavat kysymykset ovat:

- Minkälaisia tuotteita yritys valmistaa?
- Mikä on yrityksen paikka keramiikan kentällä?

1.2 Menetelmät

Aineistoa opinnäytetyöhön hankitaan ja tuotetaan monella eri tavalla. Yritystoiminnan sisällön suunnittelun yhtenä menetelmänä käytetään liiketoimintasuunnitelmaa. Liiketoimintasuunnitelmaa on laadittu Hämeen ammattikorkeakoulun starttihakemossa suoritettujen työharjoittelun yhteydessä rinnakkain opinnäytetyöprosessin kanssa.

Liiketoimintasuunnitelma on kattava kirjallinen kuvaus yritystoiminnan sisällöstä. Se kuvaa yrityksen tavoitteita, toimintatapoja, toimintaympäristöä ja sitä kaikkea, miten liikeidea toteutetaan käytännössä. Liiketoimintasuunnitelma sisältää myös laskelmia, jotka arvioivat yrityksen kannattavuutta. (Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2013, 11.)

Opinnäytetyön merkittävänä aineistonhankintamenetelmänä toimii empiirinen tutkimus, jossa tarkastellaan yrityksen tuotteita. Empiirisessä tutkimuksessa hyödynnetään tutkimuskohteesta saatua tietoa konkreettisten havaintojen perusteella (Empiirinen tutkimus n.d.). Yrityksen tuotteisiin syvennyttään tarkemmin analysoimalla jo olemassa olevia tuotteita. Analyysin avulla pyritään selvittämään, sopivatko tuotteet sellaisenaan yrityksen tuotantoon vai tarvitaanko tuotekehitystä. Tuotteisiin liittyvää aineistoa opinnäytetyöhön tuottaa myös Kattailen-näyttely, joka toimii tuotteiden markkinatunnusteluna.

Kotimaisten käyttökeramiikkatuotteiden markkinatilannetta kartoitetaan laadullisen tutkimuksen keinoin. Aineistoa tuotetaan kyselyn, haastattelun ja havainnoinnin menetelmin.

Laadullisen tutkimuksen lähtökohta on todellisen elämän kuvaaminen. Laadullisessa tutkimuksessa pyritään kohteen kokonaisvaltaiseen tutkimiseen. Laadullinen tutkimus löytää ja paljastaa tosiasioita enemmän kuin todentaa jo olemassa olevia totuuksia. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2006, 152.)

Yrityksen paikkaa keramiikan kentällä hahmotetaan läpi koko opinnäytetyön. Ensin määrittämällä, mistä yrityksen laatu muodostuu. Yrityksen toimintaa, laatua ja olemassa olevia tuotteita peilataan markkinatilanteeseen. Yrityksen sijoittumista keramiikan kentällä arvioidaan myös Kattailen-näyttelystä saadun kokemuksen ja palautteen perusteella.

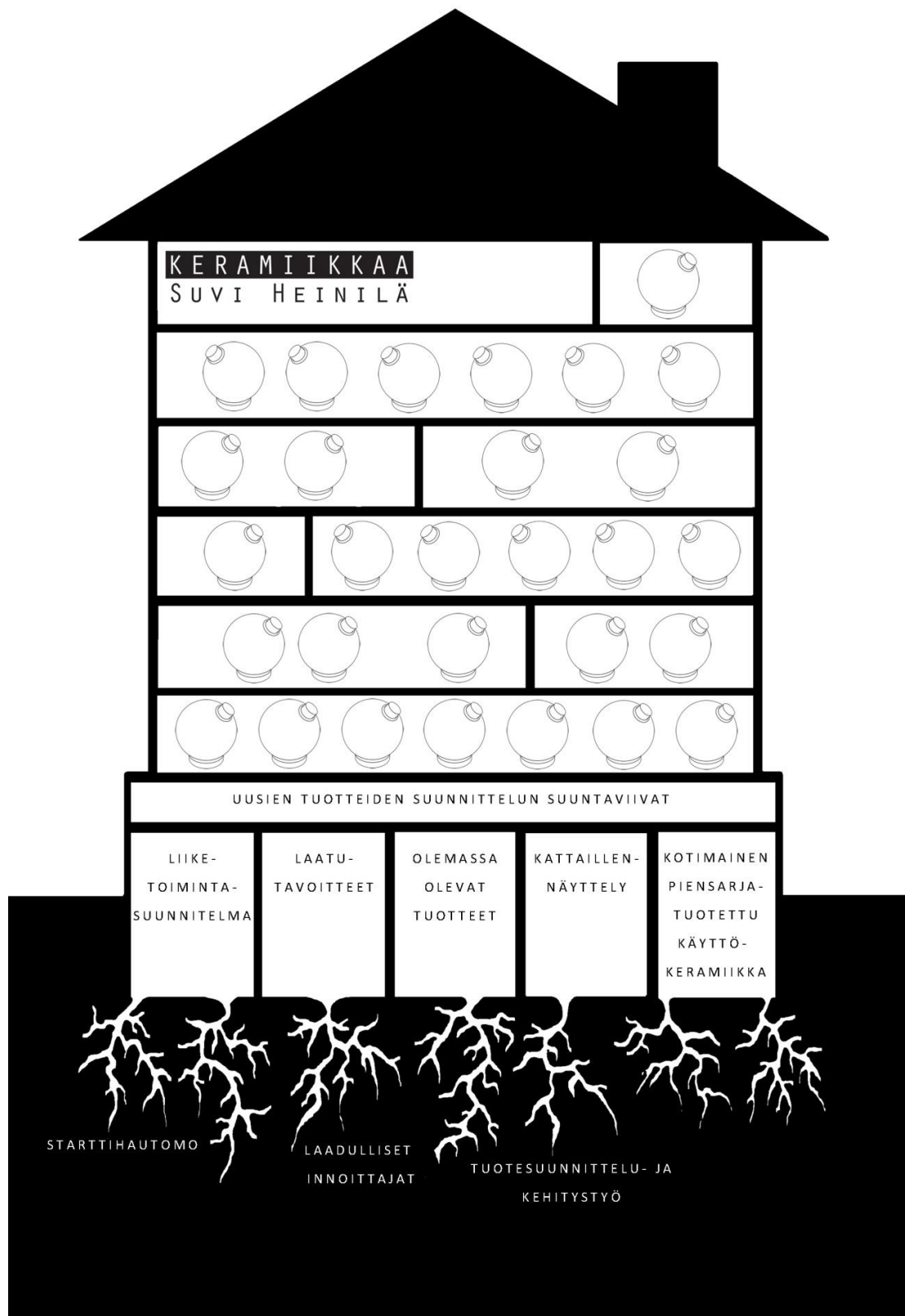
Kaiken aineiston tukena käytetään aihetta tukevia kirjallisia ja sähköisiä lähteitä, mutta pääpaino on kokemuseräisellä ja tutkimusmenetelmien kautta hankitulla tiedolla. Opinnäytetyötä havainnollistetaan kuvien, kuvien ja taulukoiden avulla.

1.3 Rajaus

Opinnäytetyön aihetta käsitellään yrityksen näkökulmasta. Liiketoimintasuunnitelmasta avataan vain tutkimustehtävän kannalta keskeiset asiat. Täysin ulkopuolelle rajataan liiketoimintasuunnitelman rahoitus-, kannattavuus- ja myyntilaskelmat.

Yrityksen uusien tuotteiden osalta tuotesuunnittelun tarvetta arvioidaan opinnäytetyön tuloksien perusteella. Pohditaan, mitä uusia tuotteita mahdollisesti lähdetään suunnittelemaan. Opinnäytetyö ei siis sisällä varsinaista tuotesuunnitteluprosessia vaan suunnittelun lähtökohtien ja suuntaviivojen määrittelyä. Varsinainen uusien tuotteiden suunnittelu tulee sijoittumaan opinnäytetyön jälkeiseen aikaan.

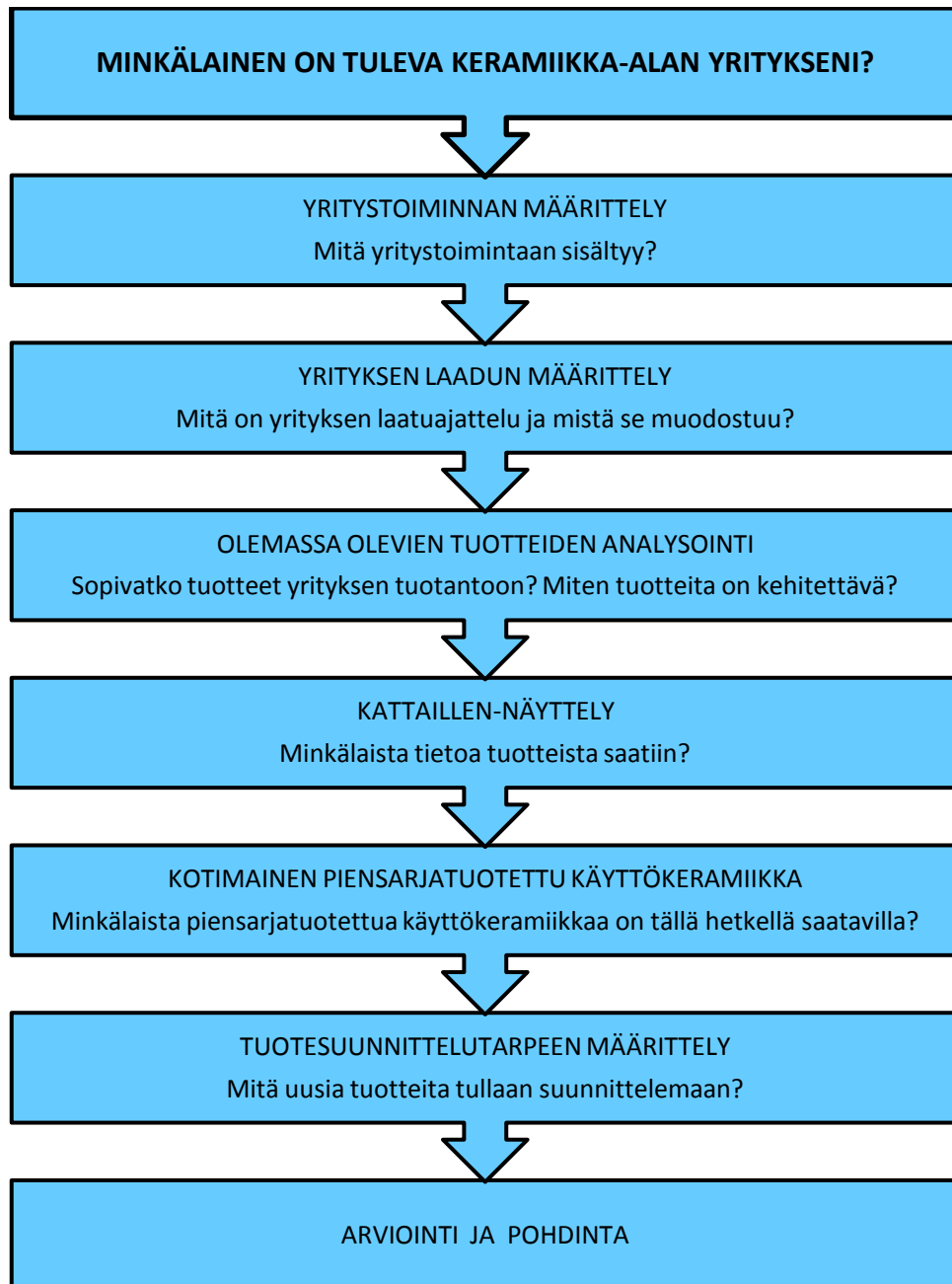
1.4 Viitekehys



Kuvio 1. Viitekehys.

Viitekehyksessä (kuvio1.) opinnäytetyöprosessin osuus muodostaa tukevan perustan, jonka päälle yritys voidaan rakentaa.

1.5 Prosessikaavio



Kuvio 2. Opinnäytetyöprosessin kulku.

2 YRITYS

Keramiikkaa Suvi Heinilä on kotimainen laadukkaita käyttökeramiikka-tuotteita suunnitteleva ja valmistava pienyritys. Käytännölliset tuotteet on suunniteltu ensisijaisesti kotiin: keittiöön, kattaukseen ja kylpyhuoneeseen. Tuotteita valmistetaan piensarjatuotantona yrityksen mallistosta. Yrityksen pyrkimyksenä on luoda käyttötarkoituksessaan toimivia ja tyylikkäitä keramiikkatuotteita, joissa on mukana ripaus hauskuutta. Tuotteet on suunnattu laadukkaita ja yksilöllisiä käyttötuotteita arvostaville henkilöille.

Yritys toteuttaa tuotteiden suunnittelun ja valmistuksen. Kaikkea ei kuitenkaan tarvitse osata itse. Tarvittaessa yritys voi teettää esimerkiksi tuotteiden muita kuin keraamisia osia, vaikeasti valmistettavia muotteja tai siirtokuvia alihankintana. Hyvä suunnitelma ei saa kaatua siihen, että joku toteutettava työvaihe ei ole yrityksen ominta aluetta.

Yrityksen toimitilat tulevat sijoittumaan Pirkanmaan alueelle Tampereen läheisyyteen. Tuotteiden pääasiallinen markkina-alue on Pirkanmaa ja Etelä-Suomi. Keramiikkaa Suvi Heinilä toimii aluksi osuuskuntatoiminnan kautta, mutta myöhemmin yritystoiminnan kasvaessa, tulee kysymyksen oman toiminimen perustaminen.

2.1 Arvot

Yrityksen toimintaa ja valintoja ohjaavat seuraavat arvot:

- tuotteiden korkea laatu
- tuotteiden käytännöllisyys
- tuotteiden turvallisuus
- tuotteiden kotimaisuus
- ympäristön kunnioittaminen.

2.2 Tuotteet ja tuotanto

Yrityksen tuotteiden lähtökohtana on opiskeluvuosien aikainen tuotesuunnittelu- ja kehitystyö, jota on tehty vuosina 2007–2013. Tuotteista on valmistettu piensarjoja kokeilu- ja koemarkkinointitarkoitukseen. Tuotteisiin kohdistuvasta kiinnostuksesta ja niiden menekistä on saatu tietoa myyntitapahtumien, jälleenmyynnin ja asiakkaiden palautteen myötä.

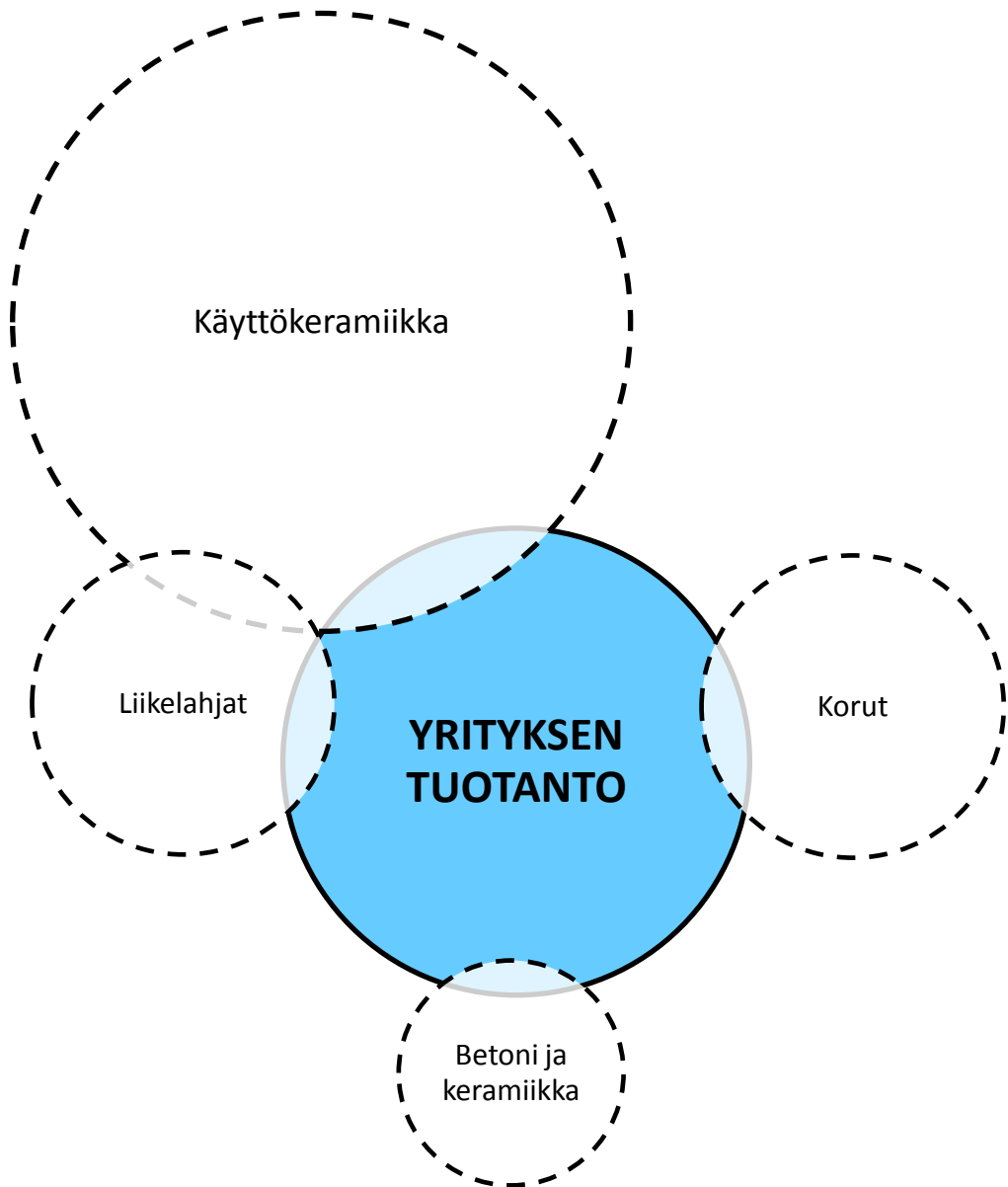
Tuotteet ovat korkealaatuisia keraamisia kodin käyttöesineitä, jotka sopivat arkeen ja juhlaan sekä lahjoiksi. Tuotteet valmistetaan piensarjoina kiivitavarasavesta, pääasiallisesti valutekniikkaa käyttäen.

Tuotteiden ilmettä (kuva 1.) voidaan luonnehtia iloiseksi ja leikkisäksi, toimivuudesta ja laadusta kuitenkin tinkimättä. Värimaailma koostuu raikkaista ja värikkäistä lasitteista. Tuotteiden värimaailma ja muotokieli on yhtenevää, joten tuotteet ovat yhdisteltävissä keskenään.



Kuva 1. Käyttökeramiikkatuotteiden värimaailmaa.

Yrityksen tuotanto muodostuu neljästä päälinjasta (kuvio 3.).



Kuvio 3. Yrityksen tuotannon linjat.

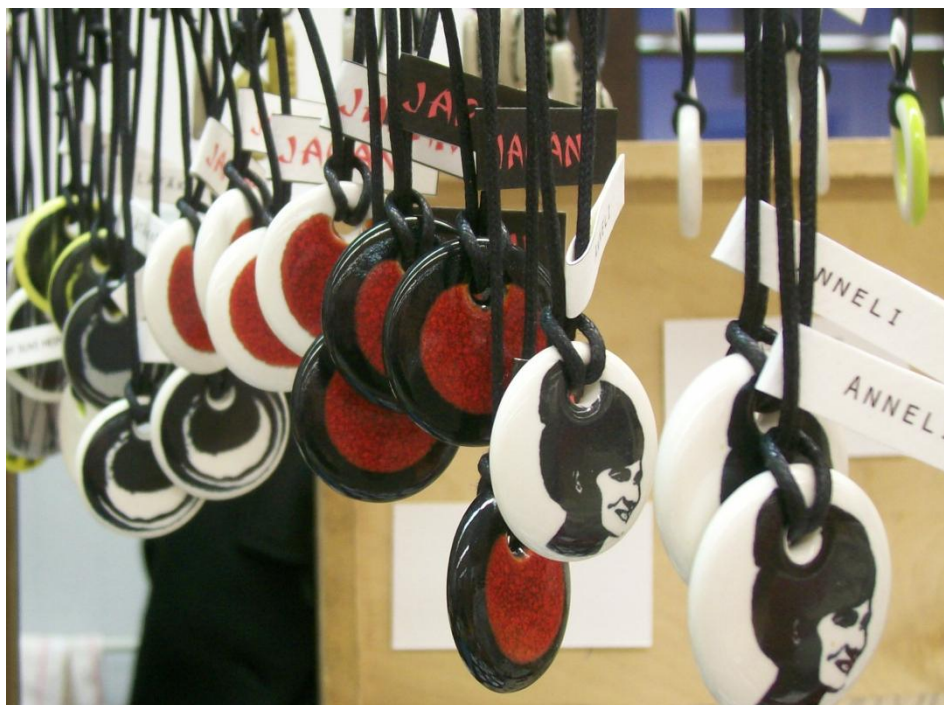
Suurin ja tärkein osa yrityksen tuotannosta koostuu käyttökeramiikkatuotteiden valmistamisesta. Käyttökeramiikkatuotteet ovat yrityksen perusmallistoa, johon tällä hetkellä kuuluu tarjoiluastioita, kulhoja, säilytyspurkkeja, teen haudutustuotteita, saippua-alustoja ja kynttilänjalkoja. Käyttökeramiikkatuotteisiin palataan kappaleessa neljä, jossa edellä mainittuja jo olemassa olevia tuotteita analysoidaan ja pohditaan, miten ne sopivat yrityksen tuotantoon.

Yritys valmistaa perusmallistoon kuuluvien käyttökeramiikkatuotteiden pohjalta tilauksesta liikelahjoja (kuva 2.) yrityksille. Liikelahjat kuuluvat sivutuotantoon.



Kuva 2. Pallopulloista tehdyt liikelahjat.

Keraamisten korujen (kuvat 3. ja 4.) valmistus kuuluu vain yrityksen pienen sivutuotantoon, joita valmistetaan muiden tuotteiden ohessa. Koruvalikoimaan kuuluu erilaisia korvakoruja, rintakoruja ja riipuksia. Korut ovat tyyllisesti ja laadullisesti samaa linjaa kuin yrityksen muutkin tuotteet. Ne rikastuttavat mallistoa ja tuovat myös hieman edullisempia tuotteita valikoimaan. Keraamisia koruja on tarkoitus myydä lähinnä erilaisissa myyntitapahtumissa eikä niinkään jälleenmyyjien kautta tapahtuvassa tilimyynnissä.



Kuva 3. Keraamisia riipuksia.



Kuva 4. Keraamisia korvakoruja.

Betonia ja keramiikkaa yhdistävät tuotteet (kuva 5.) ovat yrityksen tuotannossa mukana ainoastaan tilauksesta valmistettavissa tuotteissa sekä ko-keellisissa uniikkituotteissa. Betoni-keramiikkatuotteet ovat enemmän opinnäytetyön tekijän omaa tuotekehitystoimintaa kuin yrityksen varsinaista tuotantoa.



Kuva 5. Concreate. Betonia ja keramiikka yhdistävä elementti.

2.3 Kohderyhmä ja asiakkaat

Yrityksen asiakkaat ovat pääasiallisesti yksityishenkilöitä, mutta liikelahjoja valmistetaan tilauksesta yritysasiakkaille. Myös muita käyttökeramiikkatuotteita voidaan mahdollisuuksien mukaan valmistaa tilauksesta yritysasiakkaille.

Keramiikkaa Suvi Heinilän kohderyhmän asiakkaille hyvinvointi on tärkeätä. He kunnioittavat ympäristöä ja heidän kulutustottumuksensa on harkittua, ja he etsivätkin elämänsä eri osa-alueille pysyviä ratkaisuja. Heitä kiinnostaa, mitä maailmassa tapahtuu ja he huomioivat valinnoissaan eettiset näkökulmat. Kohderyhmään kuuluvat arvostavat laatua, suomalaista käsityötä sekä muotoilua ja ovat valmiita maksamaan siitä. He pitävät leikkisästä, värikkästä ja monikäyttöisestä muotoilusta, joka tuo iloa heidän elämäänsä. Kohderyhmän asiakkaat eivät voi sietää tusinatavaraa ympärillään, joten he valitsevat persoonallisia tuotteita, jossa yhdistyvät laatu ja käytännöllisyys. Asiakkaat voidaan jakaa kolmeen pääryhmään (kuvio 4.).

30-vuotiaat naiset	55-vuotiaat naiset	50-vuotiaat miehet
<ul style="list-style-type: none"> • Korkea-asteen koulutus. • Työssäkäyvä • Vahva käsillä tekemisen taito. • Ostaa spontaanisti. • Ostaa itsellensä. • Vahva suomalaisen muotoilun tuntemus. • Ostaa design- ja käsityömyymälöistä. • Harrastaa kirpputoreilla käymistä. • Yhdistää vanhoja ja uusia löytöjä sujuvasti. 	<ul style="list-style-type: none"> • Keskiasteen koulutus. • Työssäkäyvä • Harrastaa käsitöitä. • Ostaa melko harkitusti • Ostaa lahjaksi ja itselleen. • Arvostaa vahvasti käsityöläisiä. • Ostaa käsityön myyntitapahtumista ja messuilta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Korkea-asteen koulutus. • Työskentelee johtavassa asemassa. • Ostaa hyvin harkitusti. • Ostaa itsellensä. • Vahva muotoilutietous. • Ostaa designmyymälöistä.

Kuvio 4. Asiakasryhmät.

2.4 Tyylilliset kilpailijat

Yrityksen pääasiallisina kilpailijoina voidaan pitää keramiikka-alan pieniä yrityksiä, jotka valmistavat korkealaatuista käyttökeramiikkaa piensarjamenetelmin. Yrityksen kilpailijoita on pohdittu enemmänkin yksittäisten tuotteiden kuin tekijän koko tuotannon mukaan. Kilpailevat tuotteet ovat samantyyllisiä, värikkäitä ja korkealaatuisia sekä kyseisten tuotteiden myyntikanavat ovat samankaltaisia. Esimerkkinä kilpailijoista esitellään lyhyesti kolme tekijää ja heidän tuotteitaan.

2.4.1 Anna Matinlauri

Tyrnävässä sijaitsevan keramiikkapajan toiminta on aloitettu vuonna 2012. Anna Matinlauri valmistaa kivitavarasavesta piensarjoja valutekniikalla, muovaamalla ja dreijaamalla. Tuotteiden muotoilu on selkeää. (Matinlauri 2013.)

Aamiaisveistokset (kuva 6.) ovat sirottimesta, kupista, lautasesta, kulhosta sekä sokerikosta koostuva pinottava tuote. Sirottimesta ja sokerikosta voi muodostaa myös oman kokonaisuuden, jossa sirotin toimii sokerikon kantena. Tuotteessa yhdistyvät käyttöesine ja taide-esine. Veistosta voi käyttää sisustuselementtinä, jonka voi purkaa toiminnalliseen muotoonsa aina tarvittaessa. Aamiaisveistoksia on saatavilla erivärisinä ja eri tyylinä, joista voidaan koota halutunlainen kokonaisuus. (Matinlauri 2013.)



Kuva 6. Aamiaisveistos.

2.4.2 Oiceramics - Sami Oikarinen

Oiceramics on Tampereella sijaitseva keramiikkapaja, joka valmistaa käyttökeramiikkaa kivitavarasavesta (Oiceramics n.d.). Hiprakka -pikarit (kuva 7.) ovat valmistettu värjättyä massaa käyttäen. Pikareita on saatavilla usean värisenä. (Kattaillen, kotimaisia kattausesineitä 2013, 37.)



Kuva 7. Hiprakka -pikarit.

2.4.3 Johanna Ojanen

Johanna Ojanen on Helsingissä toimiva keraamikko, jonka työhuone sijaitsee Suomenlinnassa Pot Viaporissa (Pot Viapori n.d.). Johanna Ojasen mukien värimaailma koostuu iloisista väreistä (kuva 8.).



Kuva 8. Johanna Ojasen värikkäitä mukeja.

2.5 Myynti ja markkinointi

Yrityksen tuotteita esitellään ja myydään erilaisissa käsityö- ja design-myyntitapahtumissa ja alan messuilla. Tuotteita myydään myös jälleenmyyjien kautta. Keramiikkaa Suvi Heinilän tuotteita esitellään lisäksi yrityksen tulevien kotisivujen kautta. Tuotteita voi tarvittaessa ostaa myös ottamalla yhteyttä suoraan tekijään. Nykyaikana tuotteita myydään useasti myös verkkokaupan välityksellä. Keramiikkaa Suvi Heinilä ei myy tuotteitaan verkkokaupan kautta, koska käyttökeramiikkaa ostettaessa on erityisen tärkeää päästä tunnustelemaan tuotteen ominaisuuksia. Työtilan yhteydessä voidaan järjestää satunnaisia myyntitapahtumia, jolloin myös lähialueiden ihmisillä on mahdollisuus tutustua keramiikkapajan tuotteisiin ja toimintaan.

2.6 Visuaalinen ilme ja graafinen aineisto

Yrityksen visuaalinen ilme on tärkeä osa selkeän ja vahvan yrityskuvan rakentamisen kannalta. Selkeän yrityskuvan luominen ja visuaalisen ilmeen käyttäminen graafisessa materiaalissa auttaa yritystä erottumaan kilpailijoista. Tuotteet pääsevät paremmin esille ja ne saadaan myös näyttämään laadukkaammilta. Yrityksen graafinen aineisto luo vaikutelman ja mielikuvan yrityksen laadusta. Yrityksen nimi on yritysidentiteetin merkityksellisin tekijä. Nimen tulisi liittyä yrityksen toimintaan, olla riittävän lyhyt, helposti tunnistettava sekä mieleenpainuva. (Ruuhiainen 1990, 63–66.)

Yrityksen nimi, Keramiikkaa Suvi Heinilä, kertoo heti, minkä alan toiminnasta on kysymys, mikä on tärkeää yrityksen saavutettavuuden kannalta. Nimen pohjalta yritykselle on luotu logo (kuva 9.), joka on mustavalkoinen ja selkeä. Logoon voidaan yhdistä harkitusti joku väri, niin kuin käyntikortissa on tehty. Logo pysyy pienenäkin selkeänä ja luettavana.



Kuva 9. Keramiikkaa Suvi Heinilän logo.

Keramiikkaa Suvi Heinilän visuaalinen ilme sekä graafinen aineisto on saanut alkunsa Kattaillen-myyntinäyttelyyn osallistumisesta. Kattaillen näyttelyä käsitellään enemmän kappaleessa viisi.

Yrityksen visuaalista ilmettä noudatetaan tarkkaan kaikessa graafisessa materiaalissa sekä yrityksen tulevilla kotisivuilla. Yrityksen graafiseen aineistoon kuuluvat käyntikortit (kuva 10.), tuote-esitteet ja pakkaukset sekä asiakirjat. Asiakirjoja varten on suunniteltu yhtenevä lomakepohja (kuva 11.). Lomakepohjaa käytetään läheteisiin, laskuihin, tilauksiin, tarjouspyyntöihin ja saatekirjeisiin.



Kuva 10. Käyntikortti.

Tuotteen pakkauksen tärkein ominaisuus on sen viestivyys. Pakkaus kertoo tuotteen tekijästä ja alkuperästä sekä auttaa tuotetta erottumaan muista tuotteista. Hyvä pakkaus lisää tuotteen arvoa ja edistää sen myyntiä. Tuotteen ja sen pakkauksen on tuettava toisiaan. Valmistajan konsepti on tultava esille tuotteesta sekä sen pakkauksesta. Pakkauksella viimeistellään tuotekonsepti. (Kärnä 2011, 29–30.)

KERAMIikkaA SUVI HEINILÄ	LÄHETE
Sairionkatu 21 13220 Hämeenlinna +358 40 731 2869 heinilasuvi@gmail.com	8.4.2013
Toimitusosoite:	
Esimerkki Shop Mallikatu 5 90100 Oulu	
KERAAMISET TUOTTEET	
<u>Pallopullo</u>	
• Valkoinen	2 kpl
Kuluttajahinta(näyttelyluettelo)	38 € (sis. alv. 24 %+ myyntiprovio)
Tukkuhinta	19 € (sis. alv 0%) 23,56 € (sis. alv. 24%)
<u>T-setti</u>	
• Harmaa	2 kpl
• Turkoosi	2 kpl
• Vihreä	2 kpl
• Punainen	2 kpl
• Musta	2 kpl
Kuluttajahinta(näyttelyluettelo)	34 € (sis. alv. 24 %+ myyntiprovio)
Tukkuhinta	18 € (sis. alv 0%) 22,32 € (sis. alv. 24%)
.....	
Pankkiyhteys:	

Kuva 11. Asiakirja.

2.7 SWOT-analyysi

Yritystoiminnan vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia tarkastellaan SWOT-analyysin (kuvio 5.) nelikenttärududun avulla. SWOT on yleisesti käytetty analysointimenetelmä, joka sopii kaikkien yritysmuotojen tarkasteluun. Analyysin avulla voidaan pohtia, miten yrityksen vahvuuksia saadaan kehitettyä, miten heikkouksia voisi poistaa, miten mahdollisuudet voitaisiin hyödyntää ja miten uhkia voidaan torjua. (Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2013.)

SWOT-ANALYYSI	
VAHVUUDET	MAHDOLLISUUDET
<ul style="list-style-type: none"> Laadukkaat tuotteet. Yksilölliset tuotteet. Kotimaisuus. Tuotteiden turvallisuus. Hankitut myyntikanavat. Ammatillinen osaaminen. Yksittäiset tuotteet. Kestävä muotoilu. Toimivat käyttöesineet. Yksityisyrittäjyys. Piensarjatuotanto. Hankitut alihankintasuhteet. Alalle omistautuminen. 	<ul style="list-style-type: none"> Tuotevalikoiman laajeneminen. Toiminnan laajeneminen. Tunnettuuden lisääntyminen. Edistää käsityön ja muotoilun arvostusta.
HEIKKOUEDET	UHAT
<ul style="list-style-type: none"> Pääoman puute. Työtilojen ja laitteiden puute. Kokemattomuus yrittäjänä. Suppea mallisto. Yksityisyrittäjyys. 	<ul style="list-style-type: none"> Pääoman puute. Sairastuminen. Kilpailevat tuotteet. Halpatuonti-astiat. Piensarjatuotanto. Materiaalikustannukset. Materiaalien laadun muuttuminen. Maailmantalouden heikkeneminen.

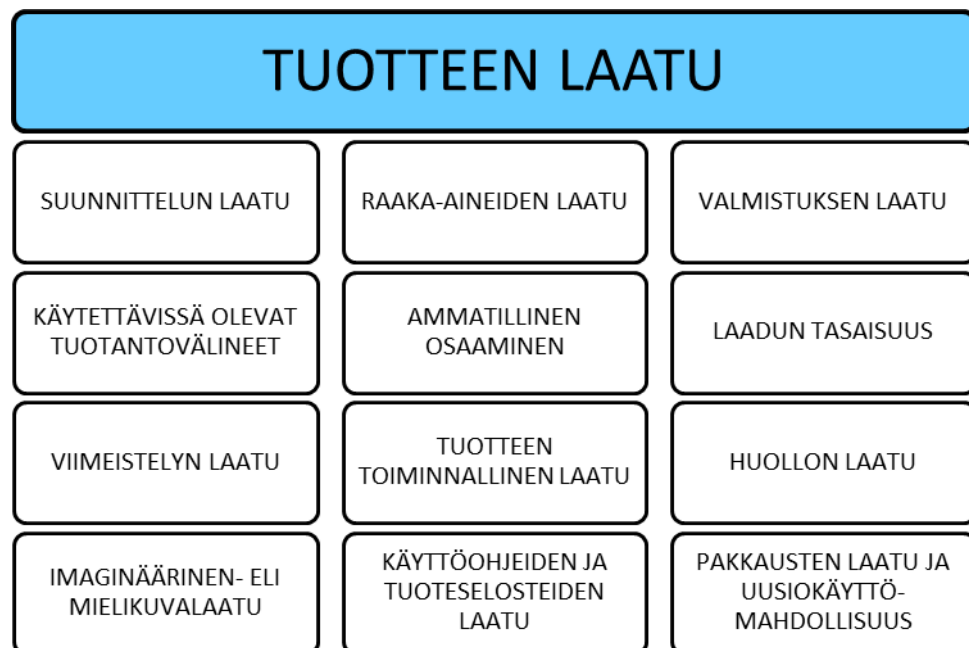
Kuvio 5. SWOT-analyysi.

3 YRITYKSEN LAATUAJATTELU

Tässä kappaleessa määritellään yrityksen laatuajattelua. Mistä elementeistä yrityksen laatu yleisesti muodostuu ja mitä laatu tarkoittaa Keramiikkaa Suvi Heinilän näkökulmasta? Kappaleessa esitellään myös yrityksen laadullisia innoittajia.

Laatua voidaan määritellä hyvin monella tavalla riippuen siitä, kuka sitä määrittelee ja mistä näkökulmasta. Yrityksen näkökulmasta tarkasteltuna laadun käsite muodostuu sekä tuotteiden että yritystoiminnan laatuun liittyvistä tekijöistä. Laatu on tärkeä osa yrityksen imagoa. Tuotteiden ja palvelujen laatu vaikuttaa oleellisesti asiakassuhteiden syntymiseen ja asiakastyytyväisyyteen, koska laadulla vastataan asiakkaiden tarpeisiin. Ihmisten ostopäätöksissä laadusta on tullut merkittävä tekijä. Hyvästä laadusta maksetaan mielellään. Tekninen laatu liittyy tuotteen ominaisuuksiin ja toiminnallinen laatu liittyy yrityksen kokonaistoimintaan ja prosesseihin. (Yritys-Suomi n.d.)

Tuotteen laatuun vaikuttavat useat tekijät (kuvio 6.). Suunnittelun laatu muodostuu kaikesta ajatus- ja suunnittelutyöstä, joka tehdään ennen tuotteen valmistusvaihetta. Hyvälaatuisten tuotteiden valmistamiseen tarvitaan myös hyviä raaka-aineita. Huonolaatuiset raaka-aineet saattavat aiheuttaa ylimääräistä työtä yritykselle. Tuotteiden valmistuksen laatuun vaikuttaa oleellisesti osaaminen. Osaaminen yleensä karttuu tuotteiden toistuvan valmistamisen myötä. (Johnsson 1999, 108.) Ilman osaamista ei hyvistäkään raaka-aineista saa aikaiseksi hyvälaatuisia tuotteita.



Kuvio 6. Tuotteen laatuun vaikuttavia tekijöitä (Johnsson 1999, 108).

Koulutuksen kautta saadut ammatilliset valmiudet antavat lähtökohdan ammatissa toimimiseen, mutta vasta kokemus kasvattaa lopullisen ammatitaidon. Hyvien ja toimivien tuotantovälineiden käyttö edesauttaa laaduk-

kaiden tuotteiden valmistamista. Valmistusprosessiin sopivia ja työtä helpottavia työkaluja, koneita tai muita apuvälineitä ei aina ole helposti saatavilla, jos ollenkaan. Tuotteiden valmistusprosessiin sopivia ratkaisuja joudutaankin useasti kehittämään tarpeen mukaan. (Johnsson 1999, 109.)

Tuotteiden tasalaatuisuus on keskeinen asia laatua mitattaessa. Vaikka käsityötuotteista löytyykin yksilöiden välisiä eroja, on eroja pystyttävä hallitsemaan. Viimeistelyn laatu merkitsee oleellisesti kilpailukykyisen tuotteen syntyyn. Tuotteen viimeistely on oltava sellaista, että tuote tuntuu ja näyttää hyvältä. Tuotteelle erikseen suunniteltu graafinen materiaali, kuten tuotepakkaus ja tuoteselosteet lisäävät viimeistelyn laatua. Laadukkaan tuotteen tulee ulkoisten ominaisuuksien lisäksi toimia siinä käyttötarkoituksessaan, mihin se on suunniteltu. Lisäksi tuote pitää olla huollettavissa. Esimerkiksi käyttötuotteen tulee olla helposti puhdistettavissa. Mielikuva tuotteen laadukkuudesta syntyy useasti sen tuotemerkistä. Merkki saattaa olla takuu laadusta. Myös yrityksen tunnettuus, käytetyt valmistusmenetelmät ja tekijän saavutukset luovat mielikuvalaatua. (Johnsson 1999, 109–110.)

Yrityksen toiminnan laatu koostuu myös useasta tekijästä. Yrityksen laadukkaan toiminnan tarkoituksena on ehkäistä virheitä. On tärkeää tunnistaa kohdat, joissa ongelmia syntyy ja puuttua niihin. Laatuvirheet saattavat aiheuttaa suurtakin tappiota rahallisesti ja ajallisesti. On kannattavaa kehittää toimintaa niin, että laatuvirheitä syntyy mahdollisimman vähän. Yrityksen laadukkaaseen toimintaan kuuluu tuotteiden toimitus asiakkaalle täsmällisesti. On oleellista, että asiakas saa ajallaan sitä, mitä on sovittu. Laadukkaasta toiminnasta kertovat, selkeät tilauksia ja toimituksia vastaavat lähetyslistat, laskut ja asianmukaiset pakkaukset. Kun yritys toimii laadukkaalla tavalla, on asiakkaan helppo uskoa, että myös yrityksen tuotteet ovat laadukkaita. Jotta voidaan kehittää toimintaa laadukkaaksi, on tärkeätä määritellä, mitkä ovat yrityksen laadulliset tavoitteet. Annetuista lupauksista on pystyttävä pitämään myös kiinni, joten laadullisista tavoitteista ei kannata laatia mahdottomia. On pohdittava, mikä on yritykselle sopiva ja tarkoituksellinen laatutaso, jota pidetään yllä. Jotta yrityksen toiminta saadaan pysymään laadukkaana, tarvitaan jatkuvaa laadun arviointia ja sen prosessointia. Laadukkaan toiminnan kehittäminen ei ole vain yksittäinen projekti, vaan laadukkuutta pyritään varmistamaan jatkuvalla työllä. (Johnsson 1999, 110–112.)

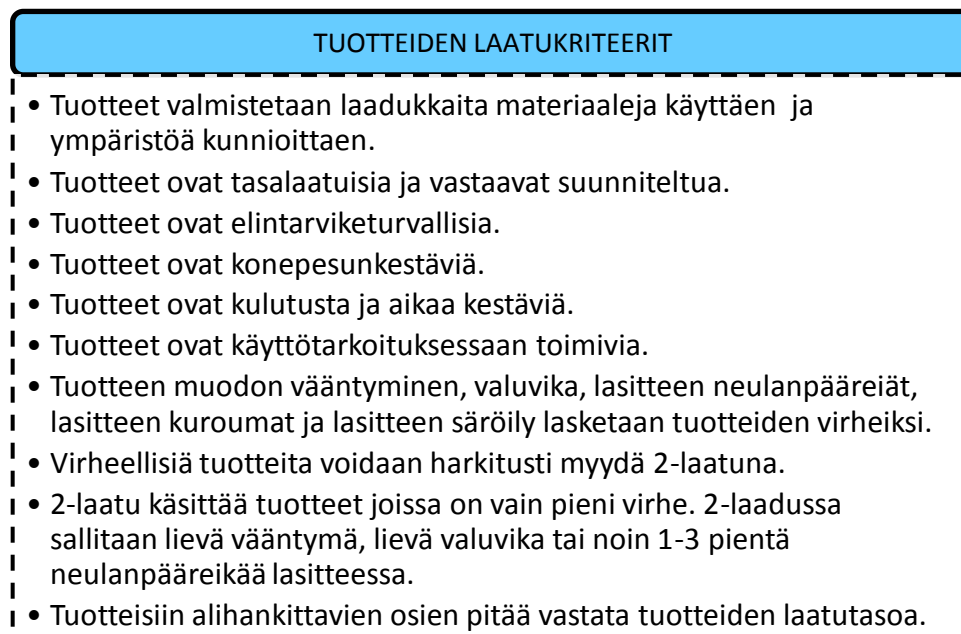
"Suurin vaara ei ole siinä, että asetamme tavoitteemme niin korkealle, että emme voi niitä tavoittaa, vaan siinä, että asetamme ne niin matalalle että saavutamme ne" (Pils 1948).

3.1 Laatutavoitteet ja tuotteiden laatukriteerit

Kun tavoitteena on tehdä jotain laadukasta ja laadukkaasti, on ensin määriteltävä mitä laatu on. Seuraavissa kuvioissa esitetään Keramiikkaa Suvi Heinilän laatutavoitteet (kuvio 7.) sekä tuotteiden laatukriteerit (kuvio 8.).



Kuvio 7. Laatutavoitteet.



Kuvio 8. Tuotteiden laatukriteerit.

Keramiikkaa Suvi Heinilän laatutavoitteet on laadittu yritystoiminnan läh-
tökohdaksi, jotta pystyttäisiin vastaamaan nykypäivän vaatimuksiin ja
luomaan kilpailukykyisiä ja korkealaatuisia käyttökeramiikkatuotteita.
Tuotteiden yksityiskohtaisempien laatukriteerien tarkoitus on tarkentaa
laatutavoitteita. Yksityiskohtaisemmat laatukriteerit on laadittu pääasiassa
yrityksen käyttökeramiikalle, mutta useat kohdat pätevät myös tuotannon
muidenkin linjojen tuotteisiin. Keramiikkaa Suvi Heinilän tuotteita käsitel-
lään tarkemmin kappaleessa neljä.

Laadukas toiminta ja hyvät tuotteet tekevät yrityksestä uskottavan. Laatu-
tavoitteita voidaan tarvittaessa päivittää. Tavoitteita voidaan myös lisätä
tai tarkentaa asiakkaiden tarpeiden ja vallitsevien yleisien laatuvaatimuk-

sien mukaan. Laatutavoitteisiin pyritään vastaamaan ammatillisen kehitystoiminnan avulla. Ammatillinen kehitystoiminta pitää sisällään ajanmukaisen materiaalitietouden, sen päivittämisen sekä tuotekehitystyön. Yrityksen on pysyttävä tietoisena muuttuvan maailman asioista, jotta tiedetään mihin laadulla ollaan vastaamassa. Saavutettua laatutasoa pidetään yllä säännöllisellä tuotteiden ja toiminnan kriittisellä tarkastelulla. Mahdollisiin laatuongelmiin puututaan ajoissa, jotta niistä ei aiheutuisi suurta taloudellista tappiota yritykselle.

Laadunhallinnan lähtökohtana on tuotesuunnitteluvaihe, jossa vaikutetaan tuotteen kaikkiin elinkaaren vaiheisiin: valmistustekniikkaan, muotoiluun, käytettävyyteen sekä kaikkien vaiheiden ympäristövaikutuksiin. Uusia tuotteita suunnitellaan harkitusti. Keramiikkaa Suvi Heinilän tuotesuunnittelulla pyritään aina vastaamaan johonkin tarpeeseen ja tuotteilla on oltava selkeätä käyttöfunktioarvoa. Yrityksen tuotteet suunnitellaan ja valmistetaan kestäviksi ja pitkäikäisiksi, vastaiskuna nykyaikaa leimaavalle kertaikäisyydelle. Lisäksi yrityksen tuotteiden ympäristömyönteisyyttä pyritään parantamaan jatkuvalla kehitystoiminnalla.

Valmiiden keramiikkatuotteiden tulee vastata suunnitelmia kaikilta osin. Tuotteen pitää toimia siinä käyttötarkoituksessaan, mihin se on suunniteltu. Myös suunniteltu muoto- ja värimaailma pitää toteutua täsmällisesti. Tuotteiden tasalaatuisuus kertoo yrityksen ammattitaidosta paljon. Pysyvästi korkealuokkaiset tuotteet ja tasainen laatu tekevät yrityksestä uskottavan, mikä kertoo tuotannon toimivuudesta ja ammattitaidosta.

Tuotteille asetettuja laatukriteereitä pyritään täyttämään määrätietoisella toiminnalla. Laadunvalvonta on kriittistä ja tuotteissa ei sallita määriteltyjä virheitä (kuvio 8.). Virheellisille tuotteille pyritään löytämään joku käyttötarkoitus, jossa niitä voisi hyödyntää. 2-laatuisia tuotteita voidaan myydä harkitusti. Myös 2-laadulle on asetettu omat vaatimukset (kuvio 8.). Virheellisten tuotteiden syntyä pyritään tuotannossa minimoimaan huolellisella tuotteiden ja valmistusprosessien suunnittelulla. Tuotteiden valmistustekniikoita kehitetään niin, että virheellisiä tuotteita syntyisi mahdollisimman vähän. Valmistusprosessissa noudatetaan ehdotonta tarkkuutta ja viimeistelyn huolellisuutta.

Tuotteiden valmistusmateriaaleiksi valitaan vain hyviä ja tasalaatuisia raaka-aineita, jotta mahdolliset vaihtelut massojen tai lasitteiden koostumuksessa eivät aiheuttaisi ongelmia tuotannossa. Tasalaatuisilla raaka-aineilla vähennetään tuotteiden virheiden syntymistä. Tuotteiden valmistukseen käytetään mahdollisuuksien mukaan myös kotimaisia raaka-aineita, jotta kuljetuksista aiheutuisi mahdollisimman vähän ympäristölle haitallisia päästöjä. Vaaleisiin korkeapolttoisiin kivitavara- ja posliinimassoihin tarvitaan kuitenkin raaka-aineita, joita kaikkia ei kotimaisena vaihtoehtona ole saatavilla. Korkeapolttoisesta keramiikasta saadaan kuitenkin hyvin kestävää, joten myönteisiä ympäristövaikutuksia lisää tuotteiden pitkä käyttöikä.

Tuotteiden valmistuksessa pyritään käyttämään mahdollisimman paljon ympäristöystävällisiä materiaaleja. Ympäristölle ja terveydelle haitallisia

materiaaleja käytetään harkitusti niille asetetut käyttöturvallisuustiedotteet, työturvallisuus sekä ongelmajätteiden hävittämisohjeet tarkasti huomioiden. Tuotannon energiankulutusta pyritään vähentämään kehittämällä tuotteita kertapoltttoon soveltuviksi, kahden polton sijaan. Energiataloudellisempia ratkaisuja tuotannossa saavutetaan keramiikkapoltoilla kun täytetään uuni niin täyteen kuin mahdollista, lisäksi poltetaan ainoastaan täysin kuivia esineitä mahdollisimman nopeilla poltto-ohjelmilla. Näin saadaan mahdollisimman paljon tuotteita poltettua samalla energiankulutuksella.

Tuotteiden lasittamiseen käytetään vain myrkyttömiä elintarvikekelpoisia lasitteita, jotka kestävät konepesua. Yritystoiminnan myötä on syytä varmistaa lasitteiden myrkyttömyys teettämällä viralliset elintarvikekelpoisuustestit tuotteissa käytössä olevista lasitteista. Testit voidaan teettää esimerkiksi Teknologian tutkimuskeskus VTT:ssä.

Toimintakeskeisten laatutavoitteiden saavuttamiseksi tarvitaan seuraavia toimia. Yrityksen palvelujen saavutettavuutta edistetään yrityksen kotisivuilla. Kotisivujen tulee olla helposti löydettävistä internetistä. Sivujen tulee olla selkeät ja tiedon helposti löydettävissä. Yrityksen saavutettavuuteen vaikutetaan myös asianmukaisilla käyntikorteilla ja esitteillä, joista yhteystiedot löytyvät helposti.

Tilaus- ja toimitusketjuja pyritään hallitsemaan huolellisesti. Tuotteiden toimitukset hoidetaan asiakkaalle sovitusti ja ajallaan. Tuotteita on oltava sen verran varastossa, jotta niitä voidaan toimittaa sujuvasti ilman katkoksia. Raaka-aineita ja muita materiaaleja, kuten tuotteiden lisäosia, hankitaan vain luotettavilta tavarantoimittajilta tai alihankkijoilta. Tavarantoimittajien ja alihankkijoiden on pystyttävä takaamaan toimitusten jatkuvuus. Katkokset materiaalitoimituksissa viivästyttävät yrityksen koko tuotantoa. Piensarjatuotannossa erilaisia osia ja raaka-aineita tarvitaan melko vähäisiä määriä. Yleensä myös varastotila on pienellä yrityksellä rajallista, siksi materiaaleja hankitaan paikoista, jotka voivat toimittaa pieniäkin materiaali-eräitä. Yrityksen toiminnassa pyritään käyttämään mahdollisimman lähellä sijaitsevia tavarantoimittajia ja alihankkijoita, jotta vältetään pitkiä kuljetusmatkoilta ja niistä aiheutuvalta ympäristöhaitoilta.

Asiakastyytyväisyys saavutetaan palvelemalla asiakkaita iloisella ja asiantuntevalla otteella ja vastaamalla tuotteilla asiakkaan tarpeisiin. Asiakas saa halutessaan vaivattomasti tietoa yrityksen toiminnasta ja tuotteista suoraan yrittäjältä tai yrityksen kotisivujen kautta. Asiakassuhteita pidetään yllä tiedottamalla uusista tuotteista.

Myös alihankintasuhteiden asianmukainen ylläpito on osa yrityksen laadukasta toimintaa. Tilaukset alihankkijalle tehdään hyvissä ajoin ja maksut maksetaan sovitusti ajallaan. Jotta alihankkija voi vastata yrityksen laatutasoon, on laatutavoitteet tehtävä selväksi. Alihankinnalla työllistetään muita käsityöläisiä.

Yritykselle on luotu yhtenäinen visuaalinen ilme, jota käytetään kaikissa yrityksen käyttämissä graafisissa materiaaleissa. Selkeät ja yrityksen ima-

goon istuvat tuotepakkaukset, esitteet, käyntikortit, asiakirjat ja kotisivut antavat laadukkaan vaikutelman yrityksen toiminnasta.

3.2 Laadulliset innoittajat

Keramiikkaa Suvi Heinilän ensisijaisena laadullisena innoittajana ja esikuvana voidaan pitää Arabian keramiikkatehdasta. Arabia-tavaramerkkiä pidetään edelläkävijänä suomalaisen muotoilun alueella. Tuotevalikoimaan kuuluvat käytännölliset astiasarjat (kuva 12.) sekä myös sisustus- ja lahjatuotteet. Tuotteet ovat laadukkaita, ajattomia, kestäviä ja pitkäikäisiä. Arabian tehtaan osaamisella on pitkät perinteet. Nykyään pohjoismaiden suurin keramiikkatehdas on perustettu 1873. Yrityksen laatu perustuu huolelliseen tuotekehitys- ja valmistusprosessiin, jolla pystytään vastaamaan kuluttajien tarpeisiin. (Tietoa Arabiasta n.d.)



Kuva 12. Arabian Koko astiasto.

Yrityksen toinen tärkeä laadullinen innoittaja on keramiikka-alan yritys Zebra Finland. Keramiikkapaja Zebra toimi vuosina 1984-2008. Yrityksen tuotevalikoimiin kuului korkealaatuisia käyttökeramiikkatuotteita posliini- ja kivitavarasavesta. Yrityksen laatu muodostui tasokkaasta muotoilusta, pitkälle kehitetyistä materiaaleista sekä tuotteiden kuvallisen puolen hallinnasta. (Zebra Finland n.d.)

Molemmat yritykset ovat toimineet vankkoina laadullisina esikuvina omalle toiminnalle keramiikan parissa. Yritysten toimintaan tutustuminen on tapahtunut aikaisemman keramiikan artesaanikoulutuksen työharjoittelujaksojen myötä. Yritysten laadukas toiminta tuotteineen on tehnyt suuren vaikutuksen, ja luonut keramiikan tekemiselle korkean laadun tavoitteet, joita kohti pyrkii.

4 OLEMASSA OLEVAT TUOTTEET

Tässä kappaleessa syvennyttään tarkemmin kappaleessa 2.2 käsiteltyihin yrityksen tuotteisiin. Kappaleessa analysoidaan jo olemassa olevia käyttö-keramiikkatuotteita. Analysoitavat tuotteet eivät kuulu mihinkään sarjaan, vaan ne ovat yksittäisiä tuotteita, mutta ovat kuitenkin tyyllisesti yhteensopivia.

Analyysi käsittelee tuotteita muotoilullisten, toiminnallisten ja valmistusprosessiin liittyvien ominaisuuksien näkökulmasta. Analyysissä hyödynnetään tuotteiden valmistusprosessista, koemyynneistä ja asiakkaiden palautteesta aikaisemmin saatua kokemusta ja tietoa.

Kaikki arvioitavat tuotteet on valmistettu kivitavarasavesta valutekniikkaa käyttäen ja tuotteissa käytetty pohjallasite on punaista lasitetta lukuun ottamatta kaikissa sama kiiltävä kivitavaralassite.

Lasitteiden värimaailma on muokkautunut jatkuvan lasitekehitystyön tuloksena. Värivaihtoehtojen menekissä on kausiluontoisia eroja, mutta kaikki värit ovat osoittautuneet hyväiksi ja myyviksi.

4.1 Happy happy kidney bowl -tarjoiluastia



Kuva 13. Happy happy kidney bowl -värivalikoima.



Kuva 14. Musta kaarimalja.

Happy happy kidney bowl (kuvat 13. ja 14.) on tarjoiluastia erilaisten ruokien tai pienten naposteltavien tarjoiluun. Tuotteella voi luoda hauskan yhden tai useamman astian asetelman kattauksen tarpeiden mukaan. Väri-
valikoimasta löytyy valkoinen, musta ja limenvihreä.

Tarjoiluastian suunnittelun lähtökohtana on sairaanhoidossa käytettävän perinteisen kaarimaljan uudistaminen ja sen tuominen sairaalaolosuhteista nykyajan kotiin. Kaarimaljaa on uudistettu väreillä sekä uudella käyttötarkoituksella tarjoiluastiana.

Tuote on hyvän kokoinen tarjoiluastia, ei liian suuri eikä pieni. Se toimii yksin tai isommassa muodostelmassa. Muotoiluun sopivat monenlaiset värit, joten sitä voidaan helposti uudistaa uusilla lasitteilla.

Astian valumuotti on yksinkertainen ja helppo valmistaa. Valuprosessi on mutkaton, eikä valetussa esineessä yleensä esiinny vääntymiä tai muita ongelmia, joten onnistumisprosentti on hyvä. Lasitus tapahtuu ruiskuttamalla, joten kertapolttisuus tässä tapauksessa tulisi kysymykseen ympäristömyönteisyyden parantamiseksi. Kaarimaljoja saadaan ladottua uuniin yllättävän taloudellisesti kurvikkaasta muodosta huolimatta.

Happy happy kidney bowl jakaa mielipiteet yleensä voimakkaasti kahteen suuntaan. Toiset ihastuvat kaarimaljan uudistettuun ilmeeseen ja pitävät ajatusta kaarimaljasta tarjoiluastiana hauskana. Toisia ihmisiä pelkkä ajatuskin kauhistuttaa. Tuotteelle on siis olemassa oma asiakaskuntansa, joka satunnaisesti löytää ja ehdottomasti haluaa sen. Kaarimalja ei kuitenkaan ole yrityksen myynnin kannalta päämyyntiartikkeli, vaan piristävä lisä tuotevalikoimassa. Terveystuotteen liikelahjaksi se voisi sopia hyvin esimerkiksi logolla varustettuna. Happy happy kidney bowl sopii yrityksen tuotantoon ilman muutoksia. Väri-
valikoimaa voidaan lisätä uusilla iloisilla väreillä.

4.2 Saippua-alusta



Kuva 15. Laakea saippua-alusta.



Kuva 16. Syvämpi saippua-alusta.

Saippua-alustat on tarkoitettu kylpyhuoneeseen tai keittiöön palasaippuan alustaksi. Saippua-alustoja on saatavilla kahta erilaista mallia, syvempää (kuva 16.) ja laakeata (kuva 15.). Värivalikoimaan kuuluu valkoinen, musta, limenvihreä ja turkoosi.

Suunnittelun idea on lähtenyt käyttötarkoituksessaan toimivien saippua-alustojen puutteesta. Saatavilla olevat keraamiset saippua-alustat ovat useasti hyvin epäkäytännöllisiä, melko koristeellisia ja kömpelöitä.

Muotoilu on yksinkertainen ja selkeä, ja se sopii monentyyliiseen ympäristöön. Siihen sopivat myös hyvin erilaiset värit, joten värivalikoimaa lisäämällä saadaan sitä helposti uudistettua. Suurehkot reiät pohjassa päästävät veden hyvin pois alustasta, joten saippua ei pääse pehmenemään liikaa. Tuotteella pyritään edistämään palasaippuan käyttöä, joka on ekologisempi vaihtoehto, kuin muoviset nestesaippuapullot, joista kertyy paljon muovijätettä.

Saippua-alustojen muotit ovat pieniä, yksinkertaisia ja todella helppoja valmistaa. Valuprosessi on nopea ja melko vaivaton ja materiaaleja kuluu vain vähän. Onnistumisprosentti on hyvä, virheitä esiintyy vain vähän. Tuote lasitetaan ruiskutekniikalla, joten kertapoltto tulisi kysymykseen myös tämän kohdalla. Saippua-alustat saadaan ladottua uuniin erittäin taloudellisesti muotoilun takia, tyhjää tilaa ei lainkaan jää.

Tuote soveltuu vain vettä kestäville alustoille. Aina joskus asiakkaat kyselevät sellaisen mallin perään, jossa olisi alusta, joka kerää veden, jota silloin voidaan käyttää kosteutta kestävämmilläkin alustoilla.

Saippua-alustat ovat osoittautuneet varsin tarpeellisiksi. Ne ovat hyvin myyviä ja niistä on saatu hyvää palautetta. Tuotekehitystä ei tarvita, saippua-alustat sopivat tuotantoon sellaisenaan ja niiden ympärille voidaan tarvittaessa suunnitella kylpyhuonetuoteperhe.

4.3 Pallopullo-säilytin



Kuva 17. Pallopullo.

Pallopullo (kuva 17.) on keraaminen säilytin, jossa voi säilyttää esimerkiksi sokeria, mausteita tai kuivayrttejä. Tuote toimii myös niiden sirottimena ja sitä voi käyttää osana arki- kuin juhlahetkiäkin. Esine koostuu keraamisen osan lisäksi vanerisesta alustasta sekä korkista. Tuotetta on saatavilla valkoisena. Kokonaisuuteen kuuluu myös pakkaus (kuva 18.). Esineen ideana on piristää ja uudistaa säilytyspurkkivalikoimaa.



Kuva 18. Pakkaus.

Keraaminen pallo voidaan asettaa alustan päälle eri asentoihin, joten se on muunneltavissa ja sen muoto on hyvin käteen istuva, mikä tekee sen käsittelystä miellyttävää.

Valumuotit ovat kaksiosaisia, ja niiden valmistaminen on työläämpää edellisiin tuotteisiin verrattuna. Itse valuprosessi on melko vaivatonta, mutta valukaulan leikkaaminen on työlästä, koska muoteista puuttuu kohta, joka määrittää leikkauspinnan valmiiksi. Muotteihin tarvittaisiin korjaus, jotta leikkauskohta muodostuisi suoraan muotista. Korjaus nopeuttaisi valuprosessia huomattavasti.

Valuaikojen suhteen on oltava tarkkana, jotta suuaukko saadaan aina korkille sopivan kokoiseksi. Jos valuaika on liian pitkä, korkki ei mahdu suuaukkoon, jolloin onnistumisprosentti pienenee. Joskus vaihtelut valumas-
san koostumuksessa esimerkiksi uusien raaka-aine-erien myötä vaikuttavat myös valuajan muutoksiin.

Tuotteelle on kehitetty oma lasitustekniikka, jossa lasitteen menekki on pieni ja tuotteen lasitepinnasta tulee erinomainen. Lasitustekniikan vuoksi esine ei sovellu raakalasettavaksi, mutta onnistumisprosentti on hyvä. Pallopullo edellyttää uunilevyiltä ehdotonta siisteyttä ja tasaisuutta, koska poltto tapahtuu suuaukko uunilevyä vasten. Epätasaisella alustalla kaatumisen riski on suuri. Uunilevyjen likaisuus, esimerkiksi lasiteroiskeet, saattavat jättää jälkiä suuaukkoon. Koska suuaukko jää tuotteessa oleelli-

sesti näkyville, on uunilevyjen puhtauteen erityisesti tämän tuotteen kohdalla kiinnitettävä huomiota.

Koska pallot eivät ole mitenkään pinottavissa päällekkäin, on niiden varastointi hieman hankalaa ja tilaa vievää raakana sekä raakapolton jälkeen. Esineessä ei ole myöskään pohjaa, jonka päällä se pysyisi tukevasti. Hedelmäkennot sopivat hyvin varastointialustaksi, mutta ne vievät tilaa.

Pallopullo sopii yrityksen tuotteeksi, mutta muotteihin on syytä tehdä tarvittavat muutostyöt valmistusprosessin nopeuttamiseksi ja helpottamiseksi. Pallopullo on mukana Kattaillen-myyntinäyttelyssä keväällä 2013.

4.4 Terho-säilytyspurkki



Kuva 19. Terho.

Terho on säilytyspurkki (kuva 19.), jota voidaan käyttää monenlaiseen säilyttämiseen. Purkki sopii hyvin pieneen säilytystarpeeseen esimerkiksi sokerille, mausteille, siemenille tai pienille tavaroille. Säilytyspurkkiin kuuluu keraamisen purkin lisäksi korkki. Tuotetta on valmistettu valkoisena.

Purkin idea on myös saanut alkunsa säilytyspurkkien uudistustarpeesta. Keraaminen osa on alun perin suunniteltu mukiksi, josta on myöhemmin kehitetty kannellinen säilytyspurkki.

Kokonaisuudessa riittää vielä kehitettävää. Esimerkiksi purkin kansi ei ole hyvä, koska se ei ole riittävän tiivis. Kansi voitaisiin muuttaa keraamiseksi, jolloin siitä saataisiin lisätiivisteen kanssa hyvin tiivis. Keraaminen kansi olisi myös helpommin puhdistettavissa kuin korkki.

Tuotteen valuprosessissa on ollut ongelmia keraamisten osien suuren vääntymisen vuoksi. Onnistumisprosentti on pieni, joten tällaisena Terhoa ei ole kannattavaa valmistaa. Valumuottien suunnittelu ja valmistus on siis syytä tehdä alusta alkaen uudelleen. Korkki on toteutettu kahdesta kappaleesta, ja niiden tekeminen on hankalaa ja aikaa vievää.

Terhoa on tehty vain yksi piensarja koemyyntiä varten. Kaikki kappaleet myytiin nopeasti, joten kiinnostusta tuotetta kohtaan löytyi. Kokonaisuus vaatii kuitenkin paljon tuotekehitystä, ennen kuin se päättyy osaksi tuotantoa. Muotoilua voidaan parantaa muotokieleltään muuhun mallistoon sopivammaksi. Lisäksi kansi on suunniteltava uudestaan keraamiseksi ja tiiviiksi.

4.5 Kynttilänjalat



Kuva 20. Kynttilänjalkojen kaksi eri kokoa.

Kynttilänjalkoihin (kuva 20.) sopii joko kruunu- tai tuikkukynttilä ja niitä on saatavilla kahta eri kokoa. Kokonaisuuteen kuuluu keraamiseen osaan upotettu teräksinen holkki kynttilänpidikkeeksi. Tuotetta on valmistettu valkoisena ja punaisena.

Suunnittelun idea on lähtenyt monikäyttöisen kynttilänjalan suunnittelusta. Markkinoilta löytyy paljon tuikkukynttilöille suunnattuja vaihtoehtoja. Myös pitkille kynttilöille löytyy tuotteita. Molemmille kynttilämalleille sopivia tuotteita ei paljoa ole saatavilla.

Tuotteen ilmettä saadaan muunneltua kynttilävalinnan mukaan, mikä lisää sen monikäyttöisyyttä. Teräsholkki pitää pitkänkin kynttilän tukevasti paikallaan, ja se lisää käyttöturvallisuutta. Kynttilän steariini ei pääse valumaan pöydälle, koska kynttilä on pystyssä kupissa. Kynttilänjalka ei siis tarvitse erillistä alustaa. Tuote toimii hyvin yksittäin tai siitä voi muodos-

taa näyttävän ryhmän. Monikäyttöisyyttä lisää se, että esine sopii monenlaiseen kohteeseen käytettäväksi.

Kynttilänjalkoja on valmistettu koe-erä, jossa muotoa haettiin yhdistelemällä valettua kuppeja yhteen. Suurempien määrien valmistaminen vaatisi muotin, jolla esine saadaan kerralla valettua. Tuotetta on myyty muutamia, joten sen kysynnästä ei ole vielä paljon tietoa. Kynttilänjalat sopisivat tuotantoon, mutta muottien suunnittelu- ja valmistustyö olisi tehtävä kokonaan uudestaan.

4.6 T-setti



Kuva 21. T-setin värivalikoima.

T-setti (kuva 21.) on tarkoitettu teen hauduttamiseen ja se koostuu ruostumattomasta teräksestä valmistetusta teesihdistä ja alustasta. Sihdin ketjun jatkeena oleva keraaminen rinkula toimii painona, jotta ketju ei pääse putoamaan mukiin. Värivalikoimaan kuuluu valkoinen, musta, harmaa, limenvihreä, turkoosi ja punainen. T-settiä on valmistettu aikaisemmin myös kaksivärisenä. Kokonaisuuteen kuuluu myös pakkaus (kuva 22.).



Kuva 22. Pakkaus.

Suunnittelun taustalla on toimivan teen hauduttamiseen tarkoitetun välineen toteuttaminen. Tuotteen tarkoitus on edistää irtoteen käyttöä teepussien sijaan. T-setti huomioi teen ystävät kattauksessa hausalla tavalla. Värivaihtoehdot sopivat erilaisiin kattauksiin.

Osien valmistusprosessi on kehitetty kokonaisuudessaan toimivaksi valumuotteja sekä lasitustekniikkaa myöden. Valmistus sujuu vaivattomasti toimivien muottien ja rinkeloiden polttotelineen ansiosta.

Kokonaisuus vaatii paljon eri osia, joten valmistuskustannukset ovat korkeammat, mikä vaikuttaa kokonaishintaan.

Tuote on osoittautunut erittäin hyväksi ja toimivaksi käyttöesineeksi, jota myydään hyvin. T-setti on valmis käyttötuote, joka sopii erinomaisesti yrityksen mallistoon. Muutoksia ei tarvita. Teesihtien saatavuuden jatkuvuus on kuitenkin varmistettava. T-setin kaltaisia käyttöesineitä ei voi olla tuotannossa montaa, koska tuotteen valmistaminen kaikkine osineen on hintavampaa. T-setti on mukana Kattaillen-myyntinäyttelyssä keväällä 2013.

4.7 Koppis-kulho



Kuva 23. Koppis-kulho.

Koppis-kulho (kuva 23.) sopii esimerkiksi erilaisten ruokien tai hedelmien tarjoiluun. Kuva on toteutettu siirtokuvatekniikalla. Samanlaisia kulhoja ilman siirtokuvaa on valmistettu valkoisena, harmaana, limenvihreänä ja turkoosina. Koppis-siirtokuvallisia kulhoja on valmistettu vain valkoisena.

Suunnittelu on lähtöisin ajatuksesta luoda kannellinen tarjoilukulho, jotta kulhoa voitaisiin käyttää myös säilyttämiseen. Valmistusprosessin ongelmien vuoksi idea kannesta hylättiin toistaiseksi.

Tuotteiden valmistamiseen valutekniikka on osoittautunut huonoksi vaihtoehdoksi. Vääntymiä esiintyy valetuissa esineissä paljon, joten onnistumisprosentti on pieni. Valumuotteihin olisi syytä tehdä parannuksia tai valmistustekniikkaa tulisi pohtia kokoaan uudestaan. Muovaustekniikka voisi olla tarkoituksenmukaisempi tämäntyyppisten tuotteiden valmistamiseen.

Siirtokuvalla koristellut kappaleet myytiin heti, mutta yksivärisenä kulhoille ei ollut niin suurta kysyntää. Koppis-kulho voisi olla yrityksen tuotevalikoimissa harvemmin valmistettavana erikoistuotteena. Siirtokuvia on käytettävä harkitusti, koska siirtokuvapoltto lisää tuotteen polttokertoja. Tuotetta pitää kehittää valmistustekniikan osalta, jotta se voidaan ottaa osaksi yrityksen tuotantoa.

5 KATTAILEN-NÄYTTELY

Kattailen on keväällä 2013 järjestettävä valtakunnallinen kiertävä myyntinäyttely (kuvat 24. ja 25.). Näyttely tuo esille kotimaisia kattauskäyttöesineitä yli kahdeltakymmeneltä taideteollisuusalan ammattilaiselta. Mukana on esineitä puusta, lasista, keramiikasta ja tekstiilistä. Näyttelyn tarkoitus on tuoda esille kotimaista muotoiluosaamisen ammattitaitoa. Näyttelyn järjestää Pirkanmaan muotoilu- ja taideteollisuusyhdistys Modus ry, jonka toiminnan tarkoituksena on edistää laadukasta ja kestävästä muotoilusta ja taidekasityötä sekä edistää niiden käyttöä ja arvostusta (<http://www.modus.fi/modus-ry>). Näyttelyarkkitehtina toimivat keraamikko Kirsi Kivivirta ja muotoilija sekä keramiikkataiteilija Kati Tuominen-Niittylä. (Lehdistötiedote 7.1.2013.)



Kuva 24. Kattailen-näyttely Tampereen Verkarannassa.



Kuva 25. Näyttelyjuliste.

5.1 Näyttelyyn hakeminen

Kattailen-näyttelyyn etsittiin kotimaisia muotoilu- ja taideteollisuusalan ammattilaisia sekä opiskelijoita tuomaan esille kattauskäyttöesineiden suunnittelu- ja valmistustaitoa. Hakuprosessi näyttelyyn oli jurytetty ja kaksivaiheinen. Näyttelyyn tulevien tuotteiden tuli liittyä kattaukseen, ruoan valmistukseen tai tarjoiluun. (Lehdistötiedote 7.1.2013.)

Näyttelyyn haki yhteensä 43 henkilöä (Kirkinen, sähköpostiviesti 11.10.2012). Mukaan hyväksyttiin lopulta 23 muotoilijan tuotteita (Lehdistötiedote 7.1.2013). Kriteerit tuotteiden valinnalle olivat: laatu, uutuusarvo, tuotannollisuus, kaupallisuus, tuotteiden monipuolisuus ja raikkaus sekä konseptin sisäistäminen (Kirkinen, sähköpostiviesti 11.10.2012).

Juryn jäseninä toimivat:

Anu Kirkinen, Kattaillen- näyttelyn projektipäällikkö, Modus ry
Kirsi Kivivirta, keraamikko
Susanna Otranen, projektikoordinaattori, Design Forum Finland
Arja Pärssinen, myyntipäällikkö, Sokos Tampere
Anu Muurinen, toiminnanjohtaja, Modus ry. (Lehdistötiedote 7.1.2013.)

Hain näyttelyyn kahdella keraamisella tuotteellani, jotka ovat Pallopullo-säilytin sekä teen hauduttamiseen tarkoitettu T-setti. Molemmat tuotteet hyväksyttiin mukaan näyttelyyn. Tuotteet saivat näyttelyn hakuprosessin valinnan yhteydessä seuraavanlaista palautetta:

"Tuotteesi olivat kokonaisuudessaan kauniita, raikkaita ja viimeistelyjä. Ne olivat laadukkaasti ja huolella toteutettuja. Selkeä hakemus ja laadukkaat kuvat kertovat myös ammattimaisesta otteesta työhösi." (Kirkinen, sähköpostiviesti 12.10.2012.)

Näyttelyyn osallistumisen henkilökohtaiset tavoitteet liittyvät vahvasti tulevaisuuteen ja omaan yritystoimintaan. Ensisijaisena päämääränä voidaan pitää näyttelyn kautta saavutettavaa näkyvyyttä, koska alkavan yrittäjän tunnettuus tuotteineen on vielä hyvin vähäistä tai jopa olematonta. Tarkoituksena on myös tunnustella markkinoita ja saada tietoa siitä, minkälaista kiinnostusta tuotteet herättävät. Näyttelyyn osallistuminen antanee myös paljon hyödyllistä kokemusta näyttelytoimintaan liittyvissä käytännöistä.

5.2 Näyttelytuotteiden saatavuus ja pop up -myymälät

Kaikki näyttelyyn osallistuvat tuotteet ovat myynnissä. Näyttelytuotteiden saatavuutta edistetään näyttelyiden aikana paikkakuntakohtaisilla pop up -myymälöillä. Näyttelyiden yhteydessä järjestetään myös kutsuvierastilaisuuksia sisäänostajille, sisustusliikkeiden ja ravintoloiden edustajille sekä medialle. Näyttelykatalogia on saatavana sähköisenä ja painettuna versiona. (Lehdistötiedote 7.1.2013.) Pop up on New Yorkista Suomeenkin levinnyt ilmiö. Pop up -myymälä tarkoittaa väliaikaista kauppaa (Puukangas 12.10.2012).

Paikkakuntakohtaiset Kattaillen Pop up -myymälät ovat:

- Design Forum Shop, Helsinki
- Käsi- ja taideteollisuuskeskus Verkaranta, Tampere
- Sokos, Tampere
- Sisustusliike ID, Tampere
- Sisustusliike Design Boulevard, Tampere

- Sisustusliike Mööperi, Oulu
- Non Boutique, Oulu. (Lehdistötiedote 7.1.2013.)

Myymälät ovat itse saaneet päättää siitä, keiden tuotteita ne ottavat myyntiin. Tuotteitani valitsivat myyntiin Design Forum Shop, Verkaranta, Sokos (kuva 26.), Sisustusliike Mööperi ja Non Boutique.



Kuva 26. Pop up -myymälä Tampereen Sokoksella.

5.3 Arviointi ja johtopäätökset

Näyttelystä saatua kokemusta ja palautetta on arvioitu vain Helsingistä ja osittain myös Tampereelta saadun kokemuksen perusteella. Koska näyttelyn viimeinen osio Oulussa sijoittuu vasta loppukevääseen, ei sitä osaa ehditä opinnäytetyössä hyödyntämään.

Pallopullo ja T-setti ovat saaneet näyttelyn osalta reilusti näkyvyyttä. Tuotteet ovat esiintyneet useaan otteeseen näyttelyn sähköisessä ja painetussa mainonnassa, verkkolehdistä ja sosiaalisessa mediassa.

Tuotteista on saatu hyvin positiivista palautetta. Näyttelyn projektipäällikön Anu Kirkisen (henkilökohtainen tiedonanto 7.2.2013) mukaan Pallopullo sekä T-setti ovat pakkauksiaan myöden loppuun asti vietyjä tuotteita. Näyttelyyn pääseminen 43 hakijan joukosta toimii osaltaan myös uskoa luovana positiivisena palautteena.

Näyttely toimii hyvänä markkinatunnusteluna. Tuotteet ovat herättäneet kiinnostusta. Pallopulloa ja T-settiä on otettu myyntiin useaan pop up -myymälään, joihin myymälät ovat valkanneet haluamiensa tekijöiden tuotteita. Pop up -myymälöissä on tuotteita vain osalta näyttelyyn osallistujista. Helsingin näyttelyn jälkeen T-setti jäi Design Forum Shopin myyntivalikoimaan. Tuotteita on toimitettu Design Forumin tilauksesta jo kahteen otteeseen lisää. Tietoa Tampereen ja Oulun myyntituloksista saadaan vasta myöhemmin keväällä. Kokemuksen myötä on helpompi tarjota tuotteita jatkossakin myymälöihin, missä tuotteita on jo tai on ollut myynnissä.

Osallistuminen Kattaillen-näyttelyyn on vauhdittanut yrityksen suunnittelua. Yrityksen graafinen aineisto on saanut alkunsa näyttelyn myötä. Pallopullolle ja T-setille suunniteltiin ja toteutettiin tuotepakkaukset sekä esitteet. Lisäksi toteutettiin käyntikortit ja asiakirjalomakkeet. Näyttelyn myötä tuli aiheelliseksi liittyä osuuskuntaan, jotta toimiminen jälleenmyyjien kanssa olisi helpompaa. Jälleenmyyjien laskutus ja tilitysjärjestelmät vaativat useasti tuotteiden toimittajilta y-tunnusta. Osuuskunnan myötä jälleenmyynti on helpommin hoidettavissa. Kattaillen-näyttely on toiminut hyvänä harjoituksena kohti yrittäjämäistä toimintaa. Kokemuksen myötä on perehdytty tuotteiden hinnoitteluun, verotukseen liittyviin seikkoihin sekä tuotteiden tilaus- ja toimitusketjuun ja siihen liittyvien asiakirjojen tekemiseen.

6 KOTIMAINEN PIENSARJATUOTETTU KÄYTTÖKERAMIikka

Kotimaisen piensarjatuotetun käyttökeramiikan markkinatilannetta kartoitettiin laadullisen tutkimuksen menetelmin. Aineistoa hankittiin kyselyn, haastattelun ja havainnoinnin avulla.

Pääasiallisena tarkoituksena oli selvittää, minkälaista kotimaista piensarjatuotettua käyttökeramiikkaa on tällä hetkellä saatavilla ja minkälaisia puutteita tarjonnasta löytyy. Lisäksi selvitettiin keramiikan kysyntää myymälöiden näkökulmasta. Koska myymälät toimivat tuottajien ja asiakkaiden välissä, niistä löytyy ajankohtaista tietoa kotimaisen piensarjatuotetun käyttökeramiikan tilanteesta. Tutkimuksessa kartoitettiin myös mahdollisia jälleenmyyntikanavia ja yrityksen sijoittumista keramiikan kentällä.

Kohteeksi valittiin 38 design-, käsityö- ja sisustusmyymälää (kuvio 9.), joiden tuotevalikoimasta löytyy laadukkaita ja myös kotimaisia käyttötuotteita. Kohteeksi valittiin erityyppisiä myymälöitä, jotta saataisiin markkinatilanteesta kattavampi käsitys. Valitut myymälät ovat yksittäisiä ja myymäläketjuun kuuluvia, jotka myyvät käsityötä ja muotoilua. Mukaan valikoitiin tunnettuja myymälöitä, joilla on pitkät perinteet. Mukaan otettiin myös uudempia myymälöitä sekä Kattailen-näyttelyn Pop Up -kaupat. Ulkopuolelle rajattiin sekalaiset lahjavarakaupat.

DESIGN-MYYMÄLÄT	
• Design Forum Shop, Helsinki	Havainnointi
• Designmyymälä Kopper , Fiskars	
• Mainoa Design Shop, Rovaniemi	Ei vastausta
• Non Boutique, Oulu	
SISUSTUSLIIKKEET	
• Design Boulevard, Tampere	
• Sisustusliike ID, Tampere	
• Mööperi, Oulu	
TAITO SHOPIT JA MUUT KÄSITYÖMYYMÄLÄT	
• Taito Shop Aivia, Jyväskylä	
• Taito Shop A-paja, Kouvola	
• Taito Shop Hamina, Hamina	
• Taito Shop Helsky, Helsinki	Havainnointi
• Taito Shop Joensuu, Joensuu	
• Taito Shop Joroinen	
• Taito Shop Joutsa	
• Taito Shop Juva	Myymän toiminta loppunut!
• Taito Shop Kainuun Pirtti, Kajaani	Ei vastausta
• Taito Shop Kerimäki	Myymän toiminta loppunut!
• Taito Shop Kitee	
• Taito Shop Leppävirta	
• Taito Shop Loftet , Vaasa	
• Taito Shop Maakari, Oulu	
• Taito Shop Mikkeli	Ei vastausta
• Taito Shop Mäntyharju	
• Taito Shop Pieksämäki	
• Taito Shop Pirkanmaan Kotityö, Tampere	
• Taito Shop Pori	
• Taito Shop Saarijärvi	
• Taito Shop Savonlinna	Ei vastausta
• Taito Shop Tahko, Nilsä	Ei vastausta
• Taito Shop Varkaus	
• Taito Shop Venny ja Jussi, Iisalmi	
• Auvisen puoti, Orivesi	
• Käsi- ja taideteollisuuskeskus Verkaranta, Tampere	Havainnointi
• Wetterhoff, Hämeenlinna	Havainnointi
OSUUSKUNTIEN JA VASTAAVIEN RYHMIEN KÄSITYÖMYYMÄLÄT	
• Artisaani , Helsinki	Havainnointi
• Kide , Hämeenlinna	Havainnointi
• Käsityökeskus Sigrid, Forssa	
• Okra , Helsinki	Havainnointi

Kuvio 9. Tutkimuksen kohteeksi valitut myymälät.

6.1 Kysely

Kysely toteutettiin sähköpostikyselynä, jossa käytettiin seuraavia avoimia kysymyksiä:

- Kuinka paljon myymälänne valikoimasta löytyy kotimaisten pientarjatuottajien käyttökeramiikkatuotteita?
- Minkälaisia käyttökeramiikkatuotteita myymälänne tarjoaa?
- Minkälaisia käyttökeramiikkatuotteita toivoisitte teille myyntiin? Onko joistakin tuotteista erityisesti pulaa tai mille olisi mahdollisesti kysyntää?
- Oletteko kiinnostuneet ottamaan uusien pientarjatuottajien tuotteita myymäläännne myyntiin?

6.2 Haastattelu

Koska kyselyyn saatiin vastauksia vain kymmenen, toteutettiin aiheesta lisäksi teemahaastattelu, joka toimii kyselyä täydentävänä osana. Haastattelu toteutettiin puhelinhaastatteluna ja osittain myös henkilökohtaisesti havainnointikäyntien yhteydessä. Kysymyksinä toimivat samat kysymykset, kuin kyselyssä.

6.3 Havainnointi

Havainnoinnin tarkoituksena on toimia kysely- ja haastattelukokonaisuutta tukevana osana. Havainnointi suoritettiin kenttähavainnointina ja käyntejä tehtiin yhteensä seitsemään myymälään Helsingissä, Tampereella ja Hämeenlinnassa. Käynneillä tarkasteltiin sekä kirjattiin havaintoja siitä, minkälaista kotimaisten pientekijöiden käyttökeramiikka on tällä hetkellä. Huomio kiinnitettiin erityisesti tarjonnan valikoimaan ja puutteisiin, tuotteiden laatuun ja tyyliin sekä kilpaileviin tuotteisiin.

6.4 Aineiston analysointi

Kyselystä ja haastattelusta saadut vastaukset (Liite 1.) sekä havainnoinnin anti (Liite 2.) puhtaaksikirjoitettiin ja tiivistettiin omiin taulukoihin. Vastaukset jäsenneltiin taulukossa neljän eri myymäläryhmän alle, jotta aineistoa voitiin analysoida pienempinä kokonaisuuksina. Myymäläryhmät (kuvio 9.) muodostettiin myymälätyyppien mukaan. Taulukoiden avulla kirjoitettiin yhteenvedot myymäläryhmittäin. Yhteenvetoja on peilattu yrityksen tuotteisiin ja toimintaan, minkä pohjalta on tehty johtopäätöksiä tutkittavasta ilmiöstä.

6.5 Design-myymälät

Design-myymälöiden tuotevalikoima koostuu piensarjana, puoliteollisesti sekä teollisesti valmistetuista korkealaatuisista käyttöt tuotteista. Valikoimista löytyy yleensä tunnettujen muotoilijoiden klassikot tuotteita sekä uutta tuotantoa. Design-myymälät esittelevät ja myyvät myös uudempien suunnittelijoiden ja valmistajien muotoilua.

Valikoimasta löytyy yleensä melko kattavasti myös kotimaisten piensarjatuottajien käyttökeramiikkaa, josta löytyy yksilöllisiä tuotteita useilta tekijöiltä. Design-myymälöissä myynnissä oleva kotimainen käyttökeramiikka on laadukasta, hyvin tehtyä, persoonallista ja tyyliä. Valikoima muodostuu mukeista, lautasista, tarjoiluastioista, kaatimista, teepannuista ja muista kodin käyttöt tuotteista. Värijäyistä massoista valmistettuja käyttökeramiikkatuotteita havaittiin useamman kotimaisen tekijän tuotteissa. Joissakin hintavissakin tuotteissa havaittiin muodon vääntymä.

Design-myymälöiden valikoimaan toivotaan erikoisempia ja näyttäviä käyttökeramiikkatuotteita. Teepannujen ja säilytyspurkkien saatavuudessa havaittiin puutteita. Teepannut, joita oli tarjolla, olivat kaikki melko pieniä. Säilytyspurkkeja oli vain vähän. Design-myymälät valitsevat myyntiin tulevat tuotteet tarkoin. Valintaan vaikuttavat tuotteiden muotoilu ja korkea laatu.

6.6 Sisustusliikkeet

Sisustusliikkeissä kotimaista piensarjatuotettua käyttökeramiikkaa on vain vähän, jos ollenkaan myynnissä. Kotimaisista käyttökeramiikkatuotteista löytyy vain yksittäisiä vaihtoehtoja. Liikkeiden pääasiallinen myyntiartikkeli on yleensä suuremmat sisustustuotteet, kuten huonekalut. Sisustusliikkeissä myytävä käyttökeramiikka on siis yleensä ulkomaista alkuperää, ja se tulee suuremmilta tavarantoimittajilta muiden tuotteiden yhteydessä. Suomalaista käyttökeramiikkaa saattaa olla suuremmilta valmistajilta.

Tuotevalikoima on sisustusliikkeissä kausiluontoisempaa kuin design- ja käsityömyymälöissä. Valikoima saattaa vaihdella vallitsevien ja useasti vaihtuvien trendien mukaan. Joidenkin sisustusliikkeiden perusvalikoimaan ei kuulu ollenkaan keramiikkaa. Erilaiset teemat ja tapahtumat saattavat näkyä sisustusliikkeiden tuotevalikoiman vaihteluna esimerkiksi väliaikaisten pop up -myyntien myötä. Kotimaista käyttökeramiikkaa myydään tutkimuksen alaisissa sisustusliikkeissä esimerkiksi Kattailen-näyttelyn myötä. Kotimaista piensarjatuotettua käyttökeramiikkaa on sisustusliikkeistä saatavilla vähemmän kuin design- ja käsityöliikkeissä.

Sisustusliikkeissä tarvitaan käyttökeramiikkaa vähäisesti, koska pieniä tuotteita myydään vain muun ohessa. Liikkeisiin toivotaan muuhun valikoimaan sopivia erikoisempia käyttöt tuotteita. Liikkeet ottavat satunnaisesti myyntiin myös kotimaista piensarjatuotettua käyttökeramiikkaa. Mielienkiintoisia, funktionaalisia sekä muuhun mallistoon sopivia tuotteita otetaan kausiluontoisesti myyntiin pieniä sarjoja. Liikkeet ottavat tuotteita, joiden toimitus on vaivatonta.

6.7 Taito Shopit ja muut käsityömyymälät

Taito Shop -käsityömyymäläketjun sekä sen kaltaisten käsityömyymälöiden tuotevalikoimaa voidaan kuvailla enemmän koriste-esine ja lahjatarvikevalikoimaksi. Taito Shop -myymälöiden tuotevalikoimissa on paikallista tuotantoa, mutta myymälöistä ostetaan yleisesti tuotteita lähinnä lahjoiksi ja matkamuistoiksi. Myymälöiden yhteenlaskettuun käyttökeraamiikkavalikoimaan kuuluu seuraavia tuotteita: mukeja, lautasia, kulhoja, tarjoiluastioita, kaatimia, pikareita, vuokia. Lisäksi valikoimista löytyi pannunalusja, kynttilänjalkoja, vaaseja, amppeleita, hyttys-savuastioita, saippua-alustoja ja jalkaraspeja. Paikkakuntien nimikkomukeja löytyi useasta myymälästä. Kotimaisten piensarjatuottajien käyttökeraamiikkaa löytyy tuotevalikoimasta melko suppeasti, keskimäärin 1–6 kotimaiselta tuottajalta. Myymälät suosivat paikkakuntien ja lähialueiden tekijöiden tuotteita.

Valikoiman käyttökeraamiikkatuotteet ovat yleensä perinteisemmän tyyliä käsityötuotteita. Käsityömyymälöissä myytävät esineet ovat lähinnä yksittäisiä tuotteita, jotka eivät kuulu esimerkiksi mihinkään astiastoon tai sellaisia, jotka kuuluvat johonkin sarjaan, mutta toimivat yksittäiskappaleinakin. Myymälöiden valikoimista löytyy useasti kauan markkinoilla olleita tuotteita.

Taito Shop -myymälöissä käyttökeraamiikan kysyntä on yleisesti vähäisempää. Tarvetta löytyy yksittäisille tuotteille, joita voidaan ostaa lahjoiksi ja matkamuistoiksi. Myymälät toivovat tuotteita, jotka ovat hyvälaatuisia, mutta eivät liian kalliita. Eniten kysyntää löytyy erilaisille mukeille. Mukien katsottiin tuotteena sopivan kaikille, ja mukeja myydään tämän ryhmän myymälöissä paljon. Kynttilänjalkoja ja saippua-alustoja toivottiin myös jonkin verran lisää myyntivalikoimiin.

Myymälät toivovat pääasiassa paikallisten tekijöiden tuotteita myyntiin. Tutkimuksessa kävi ilmi, että useat paikalliset keramiikan pientuottajat ovat lopettaneet toimintansa, mikä näkyi aukkona usean myymälän keramiikkavalikoimassa. Useissa paikoissa keramiikkaa on ollut ennen enemmän valikoimissa kuin nykypäivänä. Keraamisia teepannuja tai säilytyspurkkeja ei juurikaan myymälöistä löydy. Valikoimissa havaittiin myös pojille sopivien tuotteiden puute. Haastattelun ohessa ilmeni, että Taito Shop -ketju saattaisi olla kiinnostunut hankkimaan tuotteita, joita valmistettaisiin vain Taito Shop -myymälöihin.

Taito Shop -myymälät ovat kiinnostuneita uusista tuotteista, mutta etusijalla ovat paikalliset tuottajat. Tuotteita otetaan pieniä sarjoja joko tilimyyntiin tai sisään ostaen. Käytännöt vaihtelevat erityisesti Taito Shop -ketjun alueittain. Kaikki ketjun myymälät eivät päättäneet itse siitä, mitä tuotteita otetaan myyntiin, vaan tuotevalikoimasta päätetään ketjun toimesta.

6.8 Osuuskuntien ja vastaavien ryhmien käsityömyymälät

Osuuskuntien tai vastaavien ryhmien ylläpitämistä käsityömyymälöistä löytyy tuotteita pääasiallisesti vain jäseniltä. Tämän ryhmän myymälöissä

kotimaista piensarjatuotettua käyttökeramiikkaa on melko kattavasti valikoimissa. Valikoimista löytyy mukeja, lautasia, kulhoja, kaatimia, teepannuja, vaaseja, saippua-alustoja ja koruja. Tuotteet ovat käsityömaisina menetelmin valmistettuja. Keramiikkatuotteiden tuotteiden laatu ja tyyli vaihtelevat liikekohtaisesti perinteisestä muotoilusta uusiin raikkaisiin vaihtoehtoihin. Myös näiden myymälöiden tuotteissa havaittiin värjätystä massasta valmistettuja käyttökeramiikkatuotteita. Myymälöiden hintavimmisakin tuotteissa havaittiin lasitteessa neulanpääreikiä sekä esineiden vääntymiä.

Osuuskuntien tai vastaavien ryhmien muodostamat käsityömyymälät toivovat myyntiin hyvin tehtyjä, erikoisempia ja kohtuullisen hintaisia käyttötuotteita. Kysyntää ilmeni yksittäisesti myös hieman kalliimmille liikelahjoille. Myös miehille suunnattuja tuotteita kaivattiin valikoimiin. Tuotevalikoimia täydentämään kaivattiin sellaisia tuotteita, joita ei myymälöiden omasta valikoimasta löydy.

Osuuskuntien tai vastaavien ryhmien ylläpitämät käsityömyymälät ottavat jonkun verran myös ryhmän ulkopuolisten tuottajien tuotteita myyntiin. Tilimyyntiin otetaan harkitusti tuotteita. Myymälöiden tila saattaa myös olla rajallinen, joten tuotteita pystytään ottamaan vain vähäisiä määriä ulkopuolisilta tekijöiltä.

6.9 Johtopäätökset

Kotimaista piensarjatuotettua käyttökeramiikkaa on myymälöiden valikoimissa aika vähän verrattuna siihen, kuinka paljon Suomesta löytyy keramiikan tekijöitä. Tähän saattaa olla monenlaisia syitä. Monen piensarjatuottajan liiketoiminta on vain sivutoimista, jolloin aikaa tuotteiden valmistamiseen jää vähemmän muun työn lomassa. Tällöin myös tuotteita syntyy vähemmän, ja niitä myydään pääasiassa erilaisissa käsityö- ja design-myyntitapahtumissa tai alan messuilla. Monella tekijällä myynti saattaa sijoittua pääasiassa tiettyihin, myynnin kannalta vilkkaisiin aikoihin esimerkiksi jouluun, jolloin tuotteita mennään myymään myyntitapahtumiin. Tekijän aika ja tuotantokapasiteetti eivät välttämättä riitä tuotteiden valmistamiseen sekä myyntitapahtumiin että jälleenmyyntiin. Silloin on taloudellisesti kannattavampaa käydä itse myymässä tuotteitaan, kun laittaa niitä jälleenmyyntiin.

Myymälöiden myyntiprovisiot saattavat myös osaltaan vaikuttaa asiaan. Yleinen jälleenmyyntiprovisio on noin 40 tai 50 prosenttia, mikä kasvattaa tuotteen lopullisen myyntihinnan helposti niin suureksi, että tuotteita ei mene kaupaksi. Toinen vaihtoehto on se, että tuotteen myyntihintaa laskeetaan. Silloin tuotteesta jää tuottajalle liian vähän rahaa käteen myyntiprovision ja verojen jälkeen. Hyvä tuote jälleenmyyntiin on sellainen, jonka tuotantokustannukset ovat vähäiset. Sellaisista tuotteista jää provisioiden ja verojen jälkeen katetta ja tuotantokustannukset pystytään kattamaan sujuvasti.

Kotimaisen pientuotannon käyttökeramiikan puute myymälöissä saattaa johtua myös siitä, että tuotteita ei pystytä tuottamaan niin paljon kuin olisi

kysyntää tai siitä, että monet pientekijät ovat lopettaneet toimintansa. Maailman epävarmassa taloustilanteessa asiakkaita ei välttämättä ole tarpeeksi, jotta pieni yritystoiminta olisi kannattava. Tämä tekee yritystoiminnan huolellisesta suunnittelusta entistäkin tärkeämpää, jotta tiedetään, mihin ollaan ryhtymässä ja mitä se mahdollisesti tuo tullessaan.

Myymälöissä myytävä kotimaisen piensarjatuotetun käyttökeramiikan tyyli ja laatu vaihtelee suuresti. Laadukkaiksi luokiteltavat tuotteetkin sisältävät jonkin verran virheitä korkeasta hinnasta huolimatta. Tämä on hyvä muistaa, kun pyrkii täyttämään tuotteiden laatukriteereitä. On muistettava, että tekijät määrittelevät tuotteidensa laadun ja virheet eri tavoin. Yrityksen on päätettävä, minkä laadun heidän nimensä takaa, mistä voidaan olla ylpeitä ja mitä vastinetta asiakas saa rahoilleen.

Käsityömaisella otteella valmistettua perinteisen tyylistä käyttökeramiikkaa on paljon tarjolla. Näiden tuotteiden värimaailma on melko maanläheistä. Värikkäitä piensarjatuotteita on melko suppeasti myymälöissä. Värjätystä massasta valmistettuja tuotteita löytyi useista myymälöistä monien tekijöiden toimesta. Värjätyn massan etu on se, että tuotannossa voidaan käyttää samaa lasitetta kaikissa värjättyissä tuotteissa. Silloin vältetään useiden eri lasitteiden kehittämiseltä ja tekemiseltä. Värjättyjen massojen värit ovat kuitenkin vaaleahkoja ja pastellisävyisiä.

Piensarjatuotteissa siirtokuvilla koristeltuja tuotteita ei juurikaan ollut myymälöiden valikoimissa, lukuun ottamatta muutamia koruja. Siirtokuvan tekeminen saattaa olla hankalaa pientuottajan työtiloissa, koska tekeminen vaatii hyvää ilmanvaihtoa käytettävien materiaalien vuoksi. Siirtokuvia voi myös teettää, jos haluaa, mutta niiden hintataso on Suomessa korkea, mikä voi vaikuttaa osaltaan asiaan. Myös ylimääräinen siirtokuva poltto lisää energiankulutusta.

Käyttökeramiikan kentällä on tarjolla hyvin monenlaisia tuotteita kattaukseen. Mukeille osoittautui olevan kysyntää. Teepannu- ja säilytyspurkki-tarjonta jäi vähäiseksi. Eikö niille ole kysyntää vai valmistetaanko niitä vain vähän? Saattaa olla, että teepannujen ja säilytyspurkkien valmistusprosessi koetaan liian kalliiksi, vaikeaksi tai työlääksi toteuttaa. Saatavilla olevat teepannut olivat tilavuudeltaan pieniä. Myös keraamisten korujen valikoima oli melko pieni. Korut ovat kannattavampia tuotteita myydä myyntitapahtumissa kuin jälleenmyynnin kautta. Lisäksi sekä pojille että miehille itselleen sopivia tuotteita tarvittaisiin. Sarita Koivukosken (haastattelu 16.3.2013) mukaan miehet ostavat tuotteita lahjaksi, mutta heille itselleen suunnatut tuotteet ovat vähissä.

Kaikki tutkimuksen kohteena olleet myymälät ovat kiinnostuneita ottamaan uusia tuotteita myymälöiden tuotevalikoimiin. Tuotteiden jälleenmyyntikanavia löytyy siis paljon, joihin kannattaa rohkeasti tarjota tuotteitaan myyntiin. On kuitenkin pohdittava tarkoin, minkälaiset myymälät sopivat parhaiten tuotteiden jälleenmyyntiin. Se, minkälaisessa paikassa tuotteita myydään, kertoo paljon niiden tyylistä ja laadusta. Jälleenmyyntipaikan valinnassa on oleellista pohtia, mistä yrityksen asiakkaat tavoitetaan.

Sopivimpia jälleenmyyntikanavia Keramiikkaa Suvi Heinilän tuotteille ovat design-myymälät. Tuotteet vastaavat design-myymälöissä myytävien tuotteiden laatua ja sopivat niihin myös tyyllillisesti. Myös jotkut käsityö-myymälät ovat tarkoitukseen sopivia. Satunnaisesti myös sisustusliikkeisiin voisi tarjota erikoisempia käyttötuotteita myyntiin. Taito Shop -ketjun myymälöiden tuotevalikoima eroaa lahja- matkamuistotuotteineen melko paljon yrityksen tuotteista, joten ne voidaan rajata pois jälleenmyyntimahdollisuuksien joukosta.

Tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että Keramiikkaa Suvi Heinilän tuotteet ovat markkinoilla kilpailukykyisiä laadullisesti ja tyyllillisesti. Jo olemassa olevat tuotteet ovat yksittäisiä mihinkään sarjaan kuulumattomia, joten ne sopivat sen vuoksi myymälöihin jälleenmyyntiin hyvin. Laadukkaalle, värikkäälle ja käytännölliselle käyttökeramiikalle on markkinoilla vielä sijaa.

7 UUSIEN TUOTTEIDEN SUUNNITTELUN SUUNTAVIIVAT

Opinnäytetyöstä saatujen tulosten perusteella voidaan määritellä Keramiikkaa Suvi Heinilän uusien tuotteiden suunnittelun tarve. Opinnäytetyöstä käy ilmi, että yksittäiset tuotteet ovat hyviä myyntituotteita. Koska kaikki jo olemassa olevat tuotteet ovat yksittäisiä, tarvittaisiin niitä täydentämään perusastiasiasto (kuva 27.). Perusastiasstolla tässä tapauksessa tarkoitetaan joukkoa perustuotteita, joita voidaan muunnella lasitteilla ja mahdollisella koristelulla erilaisiin tarkoituksiin sopiviksi, esimerkiksi liikelahjoiksi. Astiaston osien tulee olla mahdollisimman monikäyttöisiä ja muotoilun melko pelkistettyä, jotta tuotteita voidaan muunnella mahdollisimman monenlaiseksi.



Kuva 27. Astiaston hahmotelmia.

Suunnittelussa tullaan huomioimaan opinnäytetyöstä saatuja tietoja. Astiaston osien tulee olla yhtenevä kokonaisuus, mutta tuotteiden tulee toimia myös yksittäisinäkin tuotteina. Tuotteiden tulee sopia jo olemassa oleviin tuotteisiin muotoilultaan ja värimaailmaltaan. Värivalikoimasta löytyvät tutut raikkaat ja iloiset värit (kuva 28.), joille markkinoilla on vielä sijaa. Astiasto sisältää osia, joille löytyy kysyntää ja joiden saatavuudessa havaittiin puutteita. Suunnittelussa huomioidaan tuotteiden sopivuus myös miehille. Tuotteiden muotoilulla pyritään siihen, että astiat sopisivat kaikille sukupuoleen katsomatta.

Astiaston suunnittelun lähtökohdaksi otetaan T-setti, jonka ympärille tullaan suunnittelemaan muita tuotteita. Astiaston perusosat T-setin lisäksi ovat: kuppi ja asetti, muki, leipälautanen ja teepannu. Lisäosia ovat: soke-rikko, kermakko, pienet säilytyspurkit.

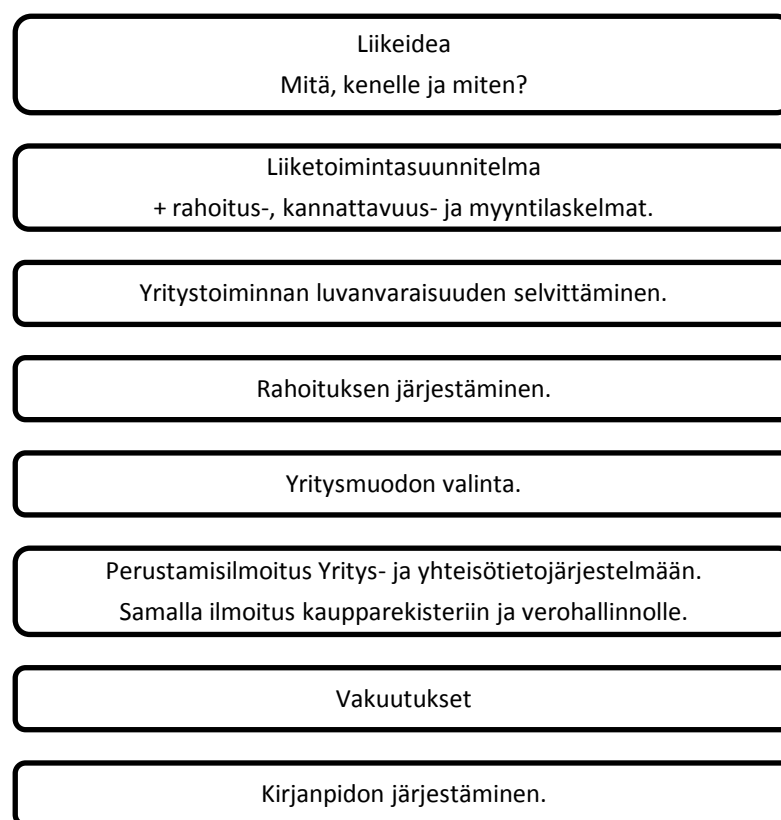


Kuva 28. Hahmotelmia astiaston värimaailmasta.

8 ARVIOINTI JA POHDINTA

Opinnäytetyön kappaleissa vastataan vaihe vaiheelta kysymykseen, minkälainen on tuleva keramiikka-alan yritykseni? Kokonaisuudesta muodostuu opinnäytetyön tulos, suunnitelma tulevasta yritystoiminnasta. Opinnäytetyö antaa hyvän käsityksen, mitä kaikkea tulevaan yritystoimintaan kuuluu.

Opinnäytetyön aihe on erittäin ajankohtainen ja tarpeellinen valmistumisen myötä, minkä jälkeen voidaan jatkaa seuraaviin yrityksen perustamisen vaiheisiin (kuvio 10.). Myös uusien tuotteiden suunnittelu voidaan käynnistää opinnäytetyön tuloksien perusteella asetettujen lähtökohtien mukaan.



Kuvio 10. Yrityksen perustamisen vaiheita selvitetään usein samanaikaisesti (Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2013, 9).

Opinnäytetyöprosessi on auttanut hahmottamaan kokonaisuutta, joka yritystoimintaan liittyy. Asioiden ymmärrettävyyttä on edesauttanut käytännönläheinen yhteys tulevan yritystoiminnan suunnitteluun. Yritystoiminta on ollut entuudestaan varsin vierasta aluetta.

Starttihautomossa suoritettu harjoittelu sekä opinnäytetyö muodostavat viimeisistä opinnoista yhtenevän kokonaisuuden, jotka tukevat toinen toi-

siaan. Starttihautomosta saatu oppi on toiminut opinnäytetyöprosessia tukevana pohjatietona.

Liiketoimintasuunnitelma yritystoiminnan suunnittelun välineenä on erinomainen työkalu, jonka avulla saadaan käsitystä myös yrityksen kannattavuudesta. Koska rahoitus-, kannattavuus- ja myyntilaskelmat rajattiin opinnäytetyön ulkopuolelle, täydennetään liiketoimintasuunnitelmaa niiltä osin opinnäytetyön jälkeen.

Yrityksen laatutavoitteiden ja yksityiskohtaisempien tuotteen laatukriteerien laatiminen oli tarpeellista, jotta laadukkaista tuotteista puhuttaessa tiedetään, minkälaisen laadun yritys tarkalleen ottaen takaa. Laadukkaiksi mainostettuja käyttökeramiikkatuotteita on tarjolla monen tasoisia.

Olemassa olevien tuotteiden analysoinnin avulla saavutettiin tietoa siitä, mitkä tuotteet ovat sellaisenaan valmiita yrityksen tuotantoon. Analyysin pohjalta kehitysehdotuksia saaneet esineet voidaan ottaa tarkasteluun uusien tuotteiden suunnitteluprosessin yhteydessä. Esineitä voidaan mahdollisesti muotoilla uudelleen, joko osaksi uutta astiastoa tai kehittää niitä yksittäisinä kappaleina. Tulevassa tuotesuunnitteluvaiheessa on kuitenkin muistettava pientuotannon rajallisuus. Tuotteita ei kannata sisällyttää mallistoon liikaa. On järkevää keskittyä valmistamaan pienempää tuotemäärää, jotta valmistusprosessit pysyvät hallinnassa. Suuri tuotemäärä tarvitsee myös enemmän tilaa, jota alkavalla keramiikkayrittäjällä saattaa olla hyvinkin rajallisesti työtilassaan. Yksistään jo valumuotit vievät paljon tilaa, vaikka piensarjatuotannosta onkin kysymys.

Kattaillen-näyttelystä saatu tieto syventää tuoteanalyysien antia. Näyttely on antanut hyvän mahdollisuuden kahden tuotteen markkinatunnustelulle. Näyttelyn avulla on saavutettu näkyvyyttä, mikä on tärkeää aloittavalle yrittäjälle.

Kotimaisen piensarjatuotetun käyttökeramiikan markkinatilannetta tutkitiin sähköpostikyselyn, haastattelun ja havainnoinnin avulla. Kyselyn avulla saatujen vastusten määrä oli vähäinen. Myymälät tavoitettiin huonosti sähköpostin avulla, kun taas puhelinhaastattelun avulla vastauksia saatiin merkittävästi enemmän hyvin lyhyessä ajassa. Haastattelu mahdollisti myös kyselyä vapaammat ja laajemmat vastaukset. Etenkin havainnointikäyntien yhteydessä suoritetusta haastattelutilanteesta saatiin paljon tietoa, koska täsmentävien lisäkysymysten esittäminen oli luontevampaa. Melkein kaikki haastateltavat suhtautuivat haastatteluun myönteisesti ja vastasivat mielellään kysymyksiin. Muutamasta puhelimen välityksellä tehdyistä haastatteluista saatiin vain hyvin suuntaa antavat ja lyhyet vastaukset. Syyksi tähän ilmeni kiireinen hetki myymälässä, jolloin ei ehditty antaa laajempia vastauksia. Viidestä liikkeestä vastauksia ei ehditty antaa ollenkaan.

Jotta kotimaisen piensarjatuotetun keramiikan tilanteesta olisi saatu vielä kattavampi kuva, olisi havainnointikäyntejä voitu tehdä useampiin myymälöihin. Koska tutkimuksen kohteena olleet myymälät sijaitsevat eri puolilla Suomea, ei opinnäytetyön aikana ollut mahdollisuutta vierailla

kuin kohtuullisen lähellä sijaitsevista liikkeistä. Tietoa tutkimustehtävien ratkaisemiseksi saatiin kuitenkin kyselystä, haastattelusta ja havainnoinnista riittävästi. Menetelmät täydensivät toisiaan.

Kirjallisista aineistoa on opinnäytetyössä käytetty vähän, mutta tarkoituksenmukaisempia aineistonhankintamenetelmiä olivatkin kokemuseräisesti sekä sopivalla tutkimuksella saavutetut tiedot. Opinnäytetyöstä saatu tieto on henkilökohtaisesti hyvin hyödynnettävää tulevan yritystoiminnan kannalta.

LÄHTEET

Painetut lähteet

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2006. Tutki ja kirjoita. 12. p. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Johnsson, R. 1999. Käsityöyrityksen tuotanto. Helsinki: Yliopistopaino.

Kattaillen, kotimaisia kattausesineitä 2013. Näyttelykatalogi. Pirkanmaan muotoilu- ja taideteollisuusyhdistys Modus ry. Tampere: Multiprint Oy.

Kärnä, H. 2011. Kuinka käsityö pakataan? Pakkauskonseptin suunnittelu pohjoissuomalaiselle tekstiiliyrittäjälle. Lapin yliopisto. Taiteiden tiedekunta. Graafinen suunnittelu. Pro gradu - tutkielma.

Ruuhinen, E. 1990. Yrityskuva ja graafinen muotoilu. Teoksessa Perheentupa, E. & Puustinen, M. (toim.) Yrityksen muotoilutieto. Porvoo: WSOY:n graafiset laitokset, 63-66.

Sähköiset lähteet

Empiirinen tutkimus n.d. Koppa. Jyväskylän yliopisto. Viitattu 28.4.2013. <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/empiirinen-tutkimus>

Laatu. Yritys-Suomi. Viitattu 17.4.2013. http://www.yrityssuomi.fi/web/guest/palvelupolun-askel?pp=polku_Kehittyminen&ppa=Palp_laatu (17.4.2013)Laatu teksti, alku

Lehdistötiedote. 7.1.2013. Modus ry, pdf-tiedosto. Viitattu 24.4.2013. <http://www.modus.fi/wp-content/uploads/2013/01/lehdistotiedote.pdf>

Kirkinen, A. 12.10.2012. Kieronäyttelyyn osallistujalle. Vastaanottaja Suvi Heinilä. (Sähköpostiviesti). Viitattu 26.3.2013.

Kirkinen, A. 11.10.2012. Tulevaisuuden klassikot_näyttelyyn valitut. Vastaanottaja Suvi Heinilä. (Sähköpostiviesti). Viitattu 26.3.2013.

Matinlauri, A. 2013. Viitattu 24.4.2013. <http://annamatinlauri.fi/>

Matinlauri, A. 2013. Aamiaisveistokset. Viitattu 24.4.2013. <http://annamatinlauri.fi/aamiaisveistokset>

Oiceramics n.d. Viitattu 24.4.2013. <http://www.oiceramics.fi/>

Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2013. 2013. Hämeen uusyrityskeskus. Viitattu 27.4.2013.

<http://www.hameenuusyrityskeskus.fi/img/file.php?id=191>

Pilsl, K. 1948. Trelleborg. Viitattu 17.4.2013.

http://www.tss.trelleborg.com/fi/fi/company/qualitymanagement_1/qualityobjectives/quality-objectives.html(17.4.2013)

Pot Viapori n.d. Viitattu 24.4.2013.

<http://www.viapori.fi/~potviapori/yhdistys.html>

Puukangas, S. 12.10.2012. Pop up -liikkeet valloittavat yllätyksellisyydellään. Viitattu 24.4.2013.

http://yle.fi/uutiset/pop_up_-liikkeet_valloittavat_yllatyksellisyydellaan/6329971

Tietoa Arabiasta n.d. Arabia. Viitattu 17.4.2013.

http://www.arabia.fi/web/Arabiawww.nsf/fi/tietoa_arabiasta_arabia

Zebra Finland n.d. Viitattu 17.4.2013.

<http://zebra.info/index.html>

Haastattelut

Koivukoski, S. 2013. Keraamikko. Taidekäsityö- ja designmyymälä Okra. Haastattelu 16.3.2013.

Henkilökohtaiset tiedonannot

Kirkinen, A. 2013. Hallituksen puheenjohtaja. Modus ry. Henkilökohtainen tiedonanto 7.2.2013.

Kuvalähteet

Kuva 1. Suvi Heinilä, Eeva Niemi 2012.

Kuva 2. Suvi Heinilä 2012.

Kuva 3. Suvi Heinilä 2012.

Kuva 4. Suvi Heinilä 2012.

Kuva 5. Eeva Niemi 2010.

Kuva 6. Matinlauri, A. 2013. Aamiaisveistokset. Viitattu 24.4.2013.

<http://annamatinlauri.fi/aamiaisveistokset>

Kuva 7. Kattaillen-näyttely esittelee 23 suomalaisen muotoilijan töitä. Ruoka.fi. Viitattu 24.4.2013.

<http://ruoka.fi/juhlat/kattaus/kattaillen-nayttely-esittelee-23-suomalaisen-muotoilijan-toita>

Kuva 8. Design Kioski. 2013. Pupulandia. Trendi. Viitattu 24.4.2013.
<http://www.trendi.fi/blogi/pupulandia/design-kioski>

Kuva 9. Suvi Heinilä 2012.

Kuva 10. Suvi Heinilä 2012.

Kuva 11. Suvi Heinilä 2013.

Kuva 12. Arabia Koko. 2013. Sokos. Viitattu.14.4.2013.
http://www.sokos.fi/sokos/portal?a_Visit:dockat=0b019b368002c4f709019b3680460d32&pageName=artikkeli (17.4.2013)

Kuva 13. Suvi Heinilä 2011.

Kuva 14. Suvi Heinilä 2011.

Kuva 15. Suvi Heinilä 2011.

Kuva 16. Suvi Heinilä 2011.

Kuva 17. Eeva Niemi 2012.

Kuva 18. Suvi Heinilä 2013.

Kuva 19. Suvi Heinilä 2012.

Kuva 20. Suvi Heinilä 2012.

Kuva 21. Eeva Niemi 2012.

Kuva 22. Suvi Heinilä 2013.

Kuva 23. Suvi Heinilä 2013.

Kuva 24. Kataillen.2013. Käsi- ja taideteollisuuskeskus Verkaranta.
Viitattu 25.4.2013.
<http://www.facebook.com/photo.php?fbid=233007073506745&set=a.233006996840086.1073741827.157899981017455&type=3&theater>

Kuva 25. Kirkinen, A. 18.1.2013. Kattaillen_info. Vastaanottaja Suvi Heinilä. (Sähköpostiviesti). Viitattu 29.4.2013.

Kuva 26. Kattaillen_Sokos PopUp 18.3-4.5.2013. Modus ry.
Viitattu 25.4.2013.
<http://www.facebook.com/photo.php?fbid=460771020659809&set=a.460770853993159.1073741825.161344460602468&type=3&theater>

Kuva 27. Suvi Heinilä 2013.

Kuva 28. Suvi Heinilä 2013.

Kuvio 1. Suvi Heinilä 2013.

Kuvio 2. Suvi Heinilä 2013.

Kuvio 3. Suvi Heinilä 2013.

Kuvio 4. Suvi Heinilä 2013.

Kuvio 5. Suvi Heinilä 2013.

Kuvio 6. Johnsson, R. 1999. Käsityöyrityksen tuotanto.
Helsinki: Yliopistopaino. 108

Kuvio 7. Suvi Heinilä 2013.

Kuvio 8. Suvi Heinilä 2013.

Kuvio 9. Suvi Heinilä 2013.

Kuvio 10. Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2013. 2013.
Hämeen uusyrityskeskus. Viitattu 27.4.2013.
<http://www.hameenuusyrityskeskus.fi/img/file.php?id=191>

KYSELYN JA HAASTATTELUN VASTAUKSET

MYYMÄLÄT	Kuinka paljon myymälänne valikoimasta löytyy kotimaisten piensarjatuottajien käyttökeramiikkatuotteita?	Minkälaisia käyttökeramiikkatuotteita myymälänne tarjoaa?	Minkälaisia käyttökeramiikkatuotteita toivoisitte teille myyntiin? Onko joistakin tuotteista erityisesti pulaa tai mille olisi mahdollisesti kysyntää?	Oletteko kiinnostuneet ottamaan uusien piensarjatuottajien tuotteita myymäläänne myyntiin?	Muuta
DESIGN-MYYMÄLÄT					
Design Forum Shop	Useiden tekijöiden.	Mukit, lautaset, tarjoiluastiat, kannut, teepannut yms.	Erikoisempia ja näyttäviä käyttökeramiikkatuotteita.	Kyllä	Käyttökeramiikkaa kattavasti.
Designmyymälä Kopper	6-8 tuottajalta.	Mukeja, lautasia, kannuja...yms.	Ei osaa sanoa	Kyllä Uudet tuotteet kiinnostavat aina.	-
Mainoa Design Shop	-	-	-	-	-
Non Boutique	Perusvalikoimaan ei kuulu keramiikkaa.	Kattaillen pop up myynti.	-	-	-

MYYMÄLÄT	Kuinka paljon myymälänne valikoimasta löytyy kotimaisten piensarjatuottajien käyttökeramiikkatuotteita?	Minkälaisia käyttökeramiikkatuotteita myymälänne tarjoaa?	Minkälaisia käyttökeramiikkatuotteita toivoisitte teille myyntiin? Onko joistakin tuotteista erityisesti pulaa tai mille olisi mahdollisesti kysyntää?	Oletteko kiinnostuneet ottamaan uusien piensarjatuottajien tuotteita myymäläänne myyntiin?	Muuta
SISUSTUSLIIKKEET					
Design Boulevard	Vain vähän	Yksittäisiä tuotteita. Kahvimittoja ja muutamia kuppeja. Koruja. Kattaillen pop up myynti	Ei tarvetta muulle käyttökeramiikalle	Kyllä. Pieniä sarjoja. Mielenkiintoiset tuotteet, joiden toimitus on vaivatonta .	-
Sisustusliike ID	Ei valitettavasti	Kulhot, kaatimet ja teekattaus(ulkom.)	Suppeaa mallisto. Pientuotteet ei pääasiallinen myyntiartikkeli.	Kyllä. Muuhan mallistoon sopivaa.	-
Mööpel	Tällä hetkellä ei ollenkaan. Tuotteita vain suuremmilta tuottajilta.	Kattaillen pop up myynti	Tuotteita joissa yhdistyy selkeä funktio ja kauneus	Ilman muuta, valikoimaan istuvia tuotteita.	-

MYYMÄLÄT	Kuinka paljon myymälänne valikoimasta löytyy kotimaisten piensarjatuottajien käyttökeramiikkatuotteita?	Minkälaisia käyttökeramiikkatuotteita myymälänne tarjoaa?	Minkälaisia käyttökeramiikkatuotteita toivoisitte teille myyntiin? Onko joistakin tuotteista erityisesti pulaa tai mille olisi mahdollisesti kysyntää?	Oletteko kiinnostuneet ottamaan uusien piensarjatuottajien tuotteita myymäläänne myyntiin?	Muuta
TAITO SHOPIT JA MUUT KÄSITYÖMYYMÄLÄT					
Taito Shop Aivia	4 tuottajalta	Mukeja, tarjoiluastioita, yrttiruukkuja.	Mukeja ja matkamuistotuotteita.	Kyllä. Ei liian kalliita tuotteita.	Mukeille aina kysyntää, sopii kaikille.
Taito Shop A-paja	Vain muutamilta tuottajilta. Enemmän koriste-esineitä.	Kulhoja, pikareita, tuikkualustoja.	Ei varsinaista kysyntää.	Kyllä, mutta alueelliset tuottajat etusijalla.	
Taito Shop Hamina	2 tuottajalta, joista toinen on puoliteollisesti tuotettua.	Vähän astioita	Tarjoiluastioita voisi olla enemmän. Erilaisia mukeja erilaisiin makuihin sopivia.	Kyllä, jos tuote sopii liikkeen valikoimaan ja hintaluokka on sopiva.	
Taito Shop Helsky	Muutamia	Kulhot, saippua-astiat, hyttyssavut, mukit.	Turisteille sopivia matkamuistotyyppejä tuotteita.	Kyllä	Okra samassa, keramiikkaa ei tarvita niin paljon.
Taito Shop Joensuu	5 tuottajalta	Mukit, kulhot, kannut, lautaset, maljakot.	Kynttilänjalat ja saippua-alustat. Yksittäisiä tuotteita, jotka eivät kuulu mihinkään sarjaan.	Kyllä, myymälään sopivat tuotteet.	Laadukkaita tuotteita.

LIITE 1 d.

Taito Shop Joroinen	1 tekijältä. Koriste-esineitä löytyy.	Vateja	Kaunista käyttökeramiikkaa	Kyllä myyntitiliin, mutta Kenkävero ostaa tuotteet sisään.	
Taito Shop Joutsa	Vain vähän	Mukeja	Lahjaesineiksi sopivat yksittäiset käyttötuotteet. Yksilölliset kahvimukit.	Kyllä uusia tuotteita tarvitaan.	Mukeja myydään hyvin.
Taito Shop Juva	-	-	-	-	-
Taito Shop Kainuun Pirtti	-	-	-	-	-
Taito Shop Kerimäki	-	-	-	-	-
Taito Shop Kitee	2 tuottajalta	Kynttilänjalat, vaasit, amppelit.	Tuotteita, joilla on tietty tunnettuus . Tekijän persoonan pitää näkyä tuotteissa.	Kyllä. Mahdollisimman paikallisten tekijöiden tuotteita.	
Taito Shop Leppävirta	Hyvin vähän. Yksittäisiä tuotteita.	Pannunaluset ja kipot	Ei osaa sanoa, keramiikan kysyntä on vähäistä.	Vain paikallisia tekijöitä. Päätökset Kenkäveron kautta.	
Taito Shop Loftet	Vain vähän alueellisilta tekijöiltä. Useat paikalliset keraamikot lopettaneet.	Mukeja, vateja, hyttyssavut.	Paikallisten tekijöiden tuotteita. joissa selkeä käyttöfunktio.	Kyllä	
Taito Shop Maakari	4 paikallisen tai alueellisen tekijän tuotteita	Kuppeja, tarjoiluastioita, kakku- ja uunivuokia, kannuja, maljakoita, saippua-alusia.	Erilaiset ja valikoimaan sopivat tuotteet, joilla on tarina. On hyvä jos tekijä on paikallinen.	Kyllä	

LIITE 1 e.

Taito Shop Mikkeli	-	-	-	-	-
Taito Shop Mäntyharju	Vain muutamia tuotteita, enemmän koriste-esineitä.	Kulhoja	Paikallista keramiikkaa	Riippuu aina tuotteista. Tuotevalinta Kenkäveron kautta.	
Taito Shop Pieksämäki	Vain yhdeltä tuottajalta.	Mukeja	Ei tarvetta keramiikalle	Kyllä koemyyntiin voidaan ottaa.	
Taito Shop Pirkanmaan Kotityö	Vain muutamia tuotteita.	Kynttilänjalat, saippua-alustat, muki.	Kauniita ja hauskoja käyttöesineitä, joiden hinta ja laatu on kohdallaan	Kyllä laadukkaita ja hyvin tehtyjä tuotteita.	
Taito Shop Pori	Ei juurikaan käyttökeramiikkaa.	Kynttilänjalat, saippua-alustaa...	Käyttötarkoituksellisia tuotteita, mutta ei astioita.	Kyllä, jos hinta ja laatu ovat kohdallaan.	
Taito Shop Saarijärvi	3 tuottajalta	Tarjoiluastioita, uuniastioita ja mukeja.	Lahjataraksi sopivat tuotteet. Muki ja muut astiat.	Kyllä Uusia kivoja tuotteita, minkälaisia ei ole valikoimassa.	
Taito Shop Savonlinna	-	-	-	-	-
Taito Shop Tahko	-	-	-	-	-

LIITE 1 f.

Taito Shop Varkaus	3 tekijältä paikkakunnalta tai lähialueilta.	Teekannuja, kuppeja, tarjoiluvateja, pikareita ja jalkaraspeja(myynnä tuote). Tuotteet ostetaan pääasiassa lahjaksi.	Näyttävä, värikästä ja iloista käyttökeramiikkaa. Kynttilänjalvoja ja muita funktionaalisia tuotteita. Liian uniikit tuotteet eivät myy.	Voi ehdottaa, mutta uusista tuotteista päättää Kenkävero.	Myisivät keramiikkaa mielellään enemminkin. Keramiikan myynti romahti selvästi 5 vuotta sitten.
Taito Shop Venny ja Jussi	2 tuottajalta	Erlaisia astioita	Hauskoja ja kestäviä astioita, jotka ovat testattuja. Kattaustuotteita, jotka sopivat esim. Arabian astiasarjoihin. Lahjaksi sopivia hinta ja laatusuhteeltaan hyviä tuotteita etenkin pojille.	Riippuen tuotteesta	
Auvisen puoti Käsi- ja taideteollisuus-keskus Verkaranta	5-6 tuottajalta pieniä sarjoja. 4-5 tuottajalta	Mukeja, lautasia, kulhoja. Vuokia, mukeja, lautasia Kattaillen pop up myynti	Ei osaa sanoa Ei suurta tarvetta uusille tuotteille.	Kyllä. Laatu tärkeä Kyllä	
Wetterhoff	Vain muutamia	Kannuja, kulhoja ja vaaseja.	Enemmänkin lahja- ja koristetuotteita.	Kyllä	Paljon koriste-esineitä. Astioista luovuttu.

MYYMÄLÄT	Kuinka paljon myymälänne valikoimasta löytyy kotimaisten piensarjatuottajien käyttökeramiikkatuotteita?	Minkälaisia käyttökeramiikkatuotteita myymälänne tarjoaa?	Minkälaisia käyttökeramiikkatuotteita toivoisitte teille myyntiin? Onko joistakin tuotteista erityisesti pulaa tai mille olisi mahdollisesti kysyntää?	Oletteko kiinnostuneet ottamaan uusien piensarjatuottajien tuotteita myymäläänne myyntiin?	Muuta
OSUUSKUNTIEN JA VASTAAVIEN RYHMIEN KÄSITYÖMYYMÄLÄT					
Artisaani	8 tekijältä	Kulhoja, teekannuja, lautasia, maljakoita.	Hyvin tehtyjä ja erilaisia tuotteita, kuin mitä löytyy valikoimasta.	Kyllä	
Kide	3 tuottajalta	Hyvin pieniä sarjoja ja uniikkituotteita...Kannuja, vaaseja, lautasia, mukeja, saippua-alustoja, tarjoi luastioita, koruja.	Astioita tarvitaan	Kyllä tuotteita voi tarjota.	Tilimyyntiin voidaan ottaa myös muidenkin kuin osuuskuntalaisten tuotteita.
Käsityökeskus Sigrid	8 tekijältä	Mukeja, kulhoja, lautasia...	Laadukkaita ja kohtuullisen hintaisia astioita, kysyntää on myös hieman kalliimmille liikelahjoille.	Kyllä tuotteita voi tarjota.	
Okra	Tuotteita pääasiassa jäseniltä.	Vateja, kulhoja, kuppeja, maljakoita, kannuja, lautasia, koruja.	Erikoisempia käyttötouotteita ja tuotteita miehille.	Kyllä. Mutta tila on rajallinen, n. 3-4 myyntitiliäistä	Turistit iso osa asiakaskuntaa.

HAVAINNOINTI

MYYMÄLÄT	HAVAINNOT
DESIGN-MYYMÄLÄT	
Design Forum Shop	<ul style="list-style-type: none"> • Piensarjatuotettuja, puoliteollisesti tuotettuja ja teollisesti tuotettuja tuotteita. • Kattavasti myös kotimaistenkin tekijöiden piensarjatuotettua keramiikkaa valikoimissa. • Tunnettujen tekijöiden tuotteita sekä myös tuoreempia löytöjä. • Laadukkaita, persoonallisia ja hauskoja muotoilutuotteita moneen makuun tarjolla. • Eri hintaisia tuotteita, mutta ei mitään kovin halpaa. • Teepannujen valikoima ei ole kovin suuri, lisäksi saatavilla olevat muutamat teepannut melko pieniä tilavuudeltaan. • Säilytyspurkkeja ei kovin paljoa tarjolla. • Tuotteiden värimaailma melko hillittyä, ei kirkkaita värejä paljon. • Värjätystä massasta tehtyjä tuotteita havaittavissa muutamaltakin tekijällä. • Myös laadukkaissa ja hintavissa tuotteissa voi olla pieniä virheitä havaittavissa. • Muutamia keraamisia korvakoruja.
TAITO SHOPIT JA MUUT KÄSITYÖMYYMÄLÄT	
Taito Shop Helsinki	<ul style="list-style-type: none"> • Hyvin vähän keramiikkaa tarjolla, koska Okra on samoissa tiloissa ja heillä enemmän keramiikkatuotteita valikoimassa.
Käsi- ja taideteollisuuskeskus Verkaranta	<ul style="list-style-type: none"> • Melko vähän keramiikkaa tarjolla • Erillinen Kattaillen- näyttelymyymälä, jossa myös keramiikkaa tarjolla.
Wetterhoff	<ul style="list-style-type: none"> • Hyvin vähän keramiikkaa tarjolla. • Pääasiallisesti koriste-esineistöä. • Kauan markkinoilla olleita perinteisiä tuotteita.
OSUUSKUNTIEN JA VASTAAVIEN RYHMIEN KÄSITYÖMYYMÄLÄT	
Artisaani	<ul style="list-style-type: none"> • Hyvin keramiikkaa tarjolla. • Piensarjatuotettua ja käsityömaista. • Pääasiassa omien jäsenten tuotteita. • Perinteisemmän tyyliä käsityötuotteita sekä kauan markkinoilla olleita perinteisiä tuotteita. • Muutamia pieniä ja perinteisen tyyliä teepannuja. • Värimaailma melko maanläheistä, ei kirkkaita värejä.
Kide	<ul style="list-style-type: none"> • Vähäisesti keramiikkaa tarjolla. • Pääasiassa omien jäsenten tuotteita. • Hyvin pieniä sarjoja ja uniikkituotteita. • Ei teepannuja. • Hyvin käsityömaisesti tehtyjä. • Perinteisemmän tyyliä ja värejä. • Todella halpoja tuotteita. • Keraamisia siirtokuvakorvakoruja.
Okra	<ul style="list-style-type: none"> • Hyvin keramiikkaa tarjolla. • Piensarjatuotettua. • Vain kotimaisia tuotteita. • Pääasiassa omien jäsenten tuotteita. • Muutamia tuotteita 3-4 tekijältä tilimyyntinä. • Keramiikka laadukasta ja persoonallista ja hauskaa, myös värikästä, mutta ei hirveän kirkkaita värejä. • Myös laadukkaissa ja hintavissa tuotteissa voi olla pieniä virheitä havaittavissa. • Persoonallisia ja kivoja keramiikkakoruja myös tarjolla. • Värjätystä massasta tehtyjä tuotteita havaittavissa muutamaltakin tekijältä.